



TVs públicas da Rede DOCTV Latinoamérica

reflexões sobre um campo híbrido

Marize Torres Magalhães¹

-
- 1 Doutoranda do programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Bolsista Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (PDSE-Capes) e da Fundação de Amparo Pesquisa do Estado da Bahia (Fapesb). E-mail: marizetorresmaga@gmail.com.

RESUMO

Este artigo tem como proposta evidenciar o campo das TVs públicas da Rede DOCTV Latinoamérica, a partir de algumas observações sobre suas características e desafios neste espaço híbrido e subordinado às forças de mercado e de oligopólios de mídia. O objetivo é trazer uma reflexão sobre como as TVs públicas da Rede DOCTV Latinoamérica tenta se constituir enquanto um campo, apresentando fragilidades e desafios deste esforço. Para isso, recorreremos à literatura teórica sobre hibridização de mídia em articulação, com reflexões bourdieusianas, especificamente sobre a televisão. Também aproveitamos a literatura sobre indústrias da televisão latinoamericana e TVs públicas na América Latina.

Palavras-chave: Políticas culturais de comunicação. DOCTV Latinoamérica. TVs públicas.

ABSTRACT

This article intends to highlight the field of public TVs of the DOCTV Latinoamérica Network from some observations about its characteristics and challenges in this hybrid space and subordinated to market forces and media oligopolies. The objective is to bring a reflection on how the public TV networks of the DOCTV Latinoamérica Network tries to constitute itself as a field, presenting weaknesses and challenges of this effort. For this, we turn to the theoretical literature on media hybridization in articulation with Bourdieusian reflections, specifically on television. We also take advantage of the literature on Latin American Television Industries and public TVs in Latin America.

Keywords: Cultural communication policies. DOCTV Latin America. Public TVs.

INTRODUÇÃO

A Rede DOCTV Latinoamérica² é composta por diversas instituições, entre TVs, órgãos públicos, conselhos e fundações, que gerenciam o setor audiovisual na região. Ela é materializada por meio da realização de um programa de incentivos a documentários latinoamericanos, o DOCTV Latinoamérica, criado em 2005 no âmbito da XVI Reunião Extraordinária da Conferência das Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais da Iberoamérica (Caaci), como um programa para promoção da produção e teledifusão do documentário iberoamericano, como inicialmente era chamado. Os principais objetivos são o incentivo do intercâmbio cultural e econômico entre os povos latinoamericanos; o desenvolvimento de políticas públicas integradas para promover a produção e distribuição de documentários nos países da região; e difusão da produção cultural dos povos latinoamericanos no mercado mundial.

Constituída por instituições tanto da sociedade civil quanto do poder público do campo cinematográfico, a Rede DOCTV Latinoamérica também é composta por TVs, tendo então a

2 Disponível em: <http://doctvlatinoamerica.org/base-legal/>. Acesso em: 4 out. 2017.

produção da comunicação e do cinema ocupando a cena na qual ela se desenrola. A iniciativa é fruto de uma aliança estratégica de 18 autoridades audiovisuais e 22 redes de televisão públicas da região latinoamericana. Seleccionados, os documentários que concorrem por meio de edições do programa, cada realizador recebe 70 mil dólares. Deste montante, 20 mil são pagos por cada televisão pública vinculada à rede.

Este artigo, então, tem como enfoque chegar ao desafio das TVs públicas da Rede DOCTV Latinoamérica por meio de um percurso sobre o arranjo híbrido da cultura e da comunicação no mundo e na América Latina, passando pela televisão enquanto um campo de poder nesta configuração, incluindo as indústrias televisivas da América Latina até chegar ao desafio das televisões públicas da região, apresentando por fim, numa abordagem mais empírica, algumas características encontradas na exploração em desenvolvimento.

CULTURA E COMUNICAÇÃO NA HIBRIDIZAÇÃO DO MUNDO

Em um globo onde tempo e espaço estão sendo absorvidos por forças homogeneizantes do dinheiro e troca de mercadorias, explorar a questão da representação da heterogeneidade e diferença, de simultaneidade e sincronia, pode ser uma boa escolha, principalmente no campo da comunicação. Tomei emprestadas as palavras de David Harvey (1990), sobre a preocupação de Flaubert numa perspectiva mundial, para trazer no texto o debate sobre as políticas do audiovisual latinoamericano enquanto campo que luta por se constituir dentro de uma lógica mundial de mercado cada vez mais híbrida.

Começamos por definir neste trabalho o que entendemos sobre políticas do audiovisual. Acreditamos que o audiovisual em si, enquanto uma linguagem artística, ao mesmo tempo em que comunica, é

digno de preocupação tanto por parte das políticas de comunicação quanto pelas políticas culturais. No Brasil, por exemplo, o audiovisual possui uma secretaria própria, vinculada à Secretaria Especial de Cultura³. Além disso, há a Agência Nacional do Cinema, voltada exclusivamente para este setor.

Aqui vale também absorver a definição de políticas culturais de Teixeira Coelho (2012), que é entendida habitualmente como um programa de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários, com o objetivo de satisfazer as necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas. Então, aproveitamos desse pensamento do autor para incorporar o audiovisual enquanto objeto das políticas culturais, ou seja, as políticas para o audiovisual enquanto intervenções realizadas pelo Estado e instituições para promovê-lo. Podemos pensar que tais políticas podem envolver agentes da sociedade civil, e no caso do audiovisual, produtores e demais realizadores do campo.

Sabemos, também, que para além das políticas culturais, o campo do audiovisual da mesma forma está submetido às forças que governam as políticas de comunicação, o que inclui governo, regulamentação do setor, oligopólios de mídia, competição, mercado, entre outras influências.

Com o encolhimento do espaço, várias comunidades ao redor do mundo começaram a competir por meio de estratégias localizadas e um senso intensificado de conscientização sobre o que torna um lugar especial e dá a ele uma vantagem competitiva. (HARVEY, 1990, p. 140) Com o audiovisual não foi diferente. Ele também teve um tipo de reação para a identificação do lugar, a construção e a sinalização de suas qualidades únicas em um mundo cada vez mais homogêneo e fragmentado, aproveitando ainda das palavras de Harvey. Assim aconteceu com as telenovelas brasileiras e

.....
3 Antes, a Secretaria do Audiovisual no país era vinculada ao Ministério da Cultura, que foi extinto em janeiro de 2019.

as mexicanas, o cinema hollywoodiano, as animações japonesas, e também o cinema latinoamericano. Todos esses “campos” lutaram de algum modo para se estabelecer, para ter seu lugar no mundo, alguns se aproveitando das suas vantagens de império, principalmente por meio do poder da tecnologia, outros por sua capacidade de expansão da linguagem em um determinado continente, e outros por meio de articulações de agentes e pela delimitação de uma estética própria, ou uma cultura de resistência.

Mas como determinar o campo dentro de um mundo cada vez mais híbrido? No caso da América Latina, que é o nosso espaço geográfico de interesse da pesquisa em andamento, García Canclini (2005, p. 9) assume que hoje nós a concebemos como uma mais complexa articulação de tradições e modernidades (diversa e desigual), um continente heterogêneo consistindo de países em que cada qual coexistem múltiplas lógicas de desenvolvimento. Kraidy (1999), por sua vez, nos mostra uma relação entre comunicação internacional, estudos culturais e culturas híbridas. Segundo Kraidy, até recentemente, o agitado debate na comunicação internacional sobre o relacionamento entre *global media* e culturas locais foi fortemente polarizado. Por um lado, críticos de mídia e imperialismo cultural implacavelmente enfatizaram as desigualdades culturais globais. De outro, alguns críticos da cultura popular e recepção de media notaram audiências ativas agrupadas em comunidades interpretativas.

Diante desse acalorado debate, Kraidy (1999) nos mostra a necessidade que existiu de uma visão menos polarizada para chegar a um consenso diante dos fenômenos em evidência.

Kraidy (1999, p. 459) também nos lembra que o conceito de *hybridity* é útil para consolidar pontes entre díspares pesquisas tradicionais de comunicação, pois para ele a polarização entre o global e o local é baseada na suposição que eles são reinos separados conectados pelos *mass media*. Foram séculos de imigração, relações de comércio, expansão colonial, alianças políticas, guerras e invasões

que têm contribuído para misturar elementos heterogêneos de diferentes culturas.

O ponto que queremos chegar é como enquanto um campo o audiovisual se constitui por meio de uma política, ou seja, por um programa de intervenções em um determinado espaço geográfico ao mesmo tempo em que convive com as lógicas híbridas do mercado mundial.

O desafio está em conciliar a corrente teórica em pauta com a literatura empírica sobre o audiovisual, especialmente no que diz respeito ao campo da televisão pública latinoamericana, um dos componentes do objeto de pesquisa em questão.

SOBRE A TELEVISÃO

Enquanto produto de grandes empresas, a televisão se apresenta como um “formidável instrumento de manutenção da ordem simbólica”. (BOURDIEU, 1997, p. 20) Esse pensamento, obviamente, é dirigido à televisão comercial, que além de pertencer aos empresários, é sustentada pelas marcas patrocinadoras que pagam pela sua programação. Será que com a televisão pública é muito diferente? Ainda não entrando na esfera da diferença entre os dois tipos de televisão, seguimos com o pensamento bourdieusiano, que nos convoca a refletir sobre o poder deste veículo de comunicação. Basta observarmos a sociedade para concordar com o fato de que as pessoas assistem mais televisão que leem jornal, reflexão apresentada pelo autor no final dos anos 1990 e que continua até os dias atuais, além da internet. Assim, a televisão continua sendo um monopólio sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população, que é de corpo e alma devotada a esta transmissora fonte de informações. (BOURDIEU, 1997, p. 23-24)

Apesar do avanço digital nas sociedades, incorporado pela Era da Internet, a televisão ainda ocupa as salas das famílias e, no caso do objeto em foco, as famílias latinoamericanas. A manutenção da ordem simbólica exercida pela programação televisiva contempla

também a manutenção da ordem política, econômica e também cultural. Pensar políticas para a televisão é pensar também no conjunto de ações a serem desenvolvidas por tais políticas, o que pode, igualmente, envolver não exatamente o brusco rompimento da tal ordem simbólica, mas a dissolução destes mecanismos que continuam a engessar a estrutura dominante.

Quando pensamos em políticas para a televisão é inevitável o casamento entre políticas de comunicação e políticas culturais, e a programação cultural televisiva é um dos filhos gerados deste enlace. Sabemos que a atual programação televisiva corresponde a uma lógica de mercado que dialoga diretamente com a mentalidade-índice-de-audiência. A consequência disso será qual tipo de conteúdo será veiculado nas casas. A manutenção da ordem simbólica vai se expressar na programação televisiva por uma lógica elitista, que mostra formas de vida cujas realidades são totalmente diferentes da maioria da população consumidora destes conteúdos. A estruturação do atual modelo de televisão no sentido de programação de conteúdo não é um problema que nasceu com a televisão, mas numa época que televisão nem sonhava existir. A lógica de imposição cultural, que é reflexo da cultura do padrão europeizado, reforçado pelas elites locais, lógica que existe muito antes da televisão, seja na arte, na música, no rádio; e a lógica de uma “cultura única” que assume a cultura como mestiçagem, como uma mescla de diversas culturas, fruto do processo de importação de escravos africanos, indígenas, europeus, no caso da América Latina. Para ilustração, podemos lembrar que, durante a ditadura, o governo trabalhou junto com a televisão para espalhar uma nova imagem do país e o ideal padrão difundido para as regiões foi o estilo de vida da classe média e alta dos estados do sudeste, como Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Espírito Santo. (PACE; HINOTE, 2013)

Entretanto, podemos interpretar tais consequências refletidas nestas três lógicas que mencionei (e que não morrem por aqui) – a partir da importação da cultura hegemônica europeia –, mencionadas

por Straubhaar (2007). O autor chama a atenção para o conceito de hibridização adotado por García Canclini, sugerindo-o como um modelo que nos ajuda a entender o contato cultural via televisão e outros meios:

Hybridization was developed first as a theory applied to Latin America, where the national populations and cultures are almost all historically clear hybrids of indigenous, European, and African elements. These hybrid cultures built up from movements of people – the Iberian conquests, African slavery, and subsequent immigrations – that occurred before mass media arrived, but hybridization as a model may help us understand cultural contact via television and other media, as well.⁴ (STRAUBHAAR, 2007, p. 36)

Com isso, podemos interpretar a hibridização enquanto fenômeno global, que se expressa em diversas sociedades como a mistura de diversas culturas – por meio de seus principais elementos (religiosos, linguísticos, alimentares, entre outros) –, como também se reflete na televisão, no cinema, na música, entre outros meios culturais massivos. O perigo reside quando, em alguns casos, a hibridização contribui com a manutenção da ordem simbólica da qual estamos falando, quando, por exemplo, a cultura de elite/branca/europeia sobressai em detrimento da cultura popular/africana/indígena, como provocam alguns críticos do conceito.

Mesmo digno de interpretações cuidadosas, o fenômeno da hibridização move o mundo da comunicação. Segundo Straubhaar (2007, p. 53), padrões históricos de hibridização podem revelar que tipos de intervenções políticas podem ajudar a orientar o desenvolvimento

.....
4 “A hibridização foi desenvolvida primeiro como uma teoria aplicada à América Latina, onde as populações e culturas nacionais são quase todas híbridas historicamente pelos elementos indígenas, europeus e africanos. Essas culturas híbridas construídas a partir de movimentos de pessoas – as conquistas ibéricas, escravidão africana e subsequentes imigrações – ocorreram antes que a mídia de massa chegasse, mas a hibridização como modelo pode nos ajudar a entender o contato cultural via televisão e outras mídias também”.

de formas híbridas em ambos Estados e indústrias culturais, bem como seus produtores e audiências, que coletivamente orientam e guiam a reterritorialização de padrões internacionais, como telenovelas, dentro das indústrias nacionais, na televisão brasileira ou a mexicana, por exemplo.

Nesse sentido, podemos pensar também nos gêneros que são mais incorporados por determinados grupos culturais, por um padrão de circulação dos tipos de produtos midiáticos. A partir de um determinado modelo de produção – que no caso da telenovela é produzido numa lógica comercial de “super produção” –, como no contexto da TV Globo e Televisa, fica impraticável que TVs públicas, por exemplo, concorram com tais modelos e se apropriem deste tipo de realização, o que os torna de uma forma geral somente consumidores deste tipo de produção. Por outra via, já é possível que a televisão pública realize e emita outras produções, a exemplo de documentários. No Brasil isso aconteceu, principalmente, quando políticas de cultura se articularam com políticas de comunicação de incentivo às produções de segmentos menos favorecidos no mercado de televisão, como foi o caso do DOCTV Brasil e do programa Revelando os Brasis, ambos atualmente extintos.

Quando Bourdieu (1997, p. 23–24) fala sobre a insistência no conteúdo de variedades que “preenchendo esse tempo raro com o vazio, com nada ou quase nada, afastam-se as informações pertinentes que deveria possuir o cidadão para exercer seus direitos democráticos”, podemos interpretar também com as escolhas feitas sobre os conteúdos que comporão uma programação de TV.

Levamos em consideração também a mentalidade-índice-de-audiência exposta pelo autor. (BOURDIEU, 1997, p. 38, 75) Esta lógica comercial se impõe às produções culturais cujo efeito é a pressão da urgência. Assim, a produção vai ficando cada vez mais industrializada, chegando a homogeneizar os telespectadores, não considerando mais suas especificidades, como por exemplo região, cultura, etnia e singularidades sociais. A corrida para a conquista dos

pontos da audiência acaba deixando de lado a sensibilidade para as particularidades sociais, e isso atinge até os canais de televisão menos envolvidos com a lógica exclusivamente comercial: “A televisão sofre mais que todos os outros universos de produção cultural a pressão do comércio, por intermédio do índice de audiência”. (BOURDIEU, 1997, p. 52)

AS INDÚSTRIAS DE TELEVISÃO NA AMÉRICA LATINA

Para chegarmos ao nosso destino de interesse, que trata das televisões públicas de uma política cultural de incentivo ao audiovisual latinoamericano, é inevitável uma breve compreensão sobre a dinâmica das indústrias de televisão latinoamericanas. Foram tais práticas de empreendimentos que formularam a nossa televisão hoje, incluindo as televisões públicas. O caso da América Latina é peculiar na cena mundial. Numa perspectiva internacionalizada, Sinclair e Straubhaar (2013) nos oferecem uma dimensão da trajetória da televisão latinoamericana neste espaço híbrido de comunicação. Outros autores da literatura latinoamericana sobre o mercado de televisão também nos mostram como essa área se engendra e como atinge a televisão pública.

México e Brasil dominam o mercado de televisão falante do mundo espanhol e português, assim como no mesmo caminho faz os Estados Unidos com o mercado falante da língua inglesa. Sinclair e Straubhaar (2013) consideram também a influência do México dos falantes em espanhol nos Estados Unidos e o impacto do Brasil em Portugal e nos países falantes de português na África. Ou seja, não é sobre refletir apenas América Latina enquanto um espaço sozinho, limitado pelas fronteiras continentais.

Há também de conceber que a América Latina ocupa um lugar único na história da internacionalização da televisão enquanto uma instituição. (SINCLAIR; STRAUBHAAR, 2013, p. 1) Ainda segundo estes acadêmicos, o fato de ter a maior coesão linguística e cultural que qualquer outra região do mundo contribui para este cenário.

A língua espanhola na maior parte do continente e a portuguesa no mais amplo país, o Brasil. Para os autores, esta linguística e cultural coesão tem facilitado muito o desenvolvimento de um mercado regional para produção e distribuição de televisão.

Além dessa configuração, os estudiosos também inferem que a maioria dos países latinoamericanos adotaram o modelo comercial dos Estados Unidos de radiodifusão em um cedo estágio, distinto do modelo de serviço público instituído na maioria dos países europeus e em suas colônias na Ásia e África. Assim, isso nos mostrará como o comercial modelo de radiodifusão tem favorecido o desenvolvimento de um distinto padrão de império de mídia comercial de família na América Latina, quem tem gerenciado seus relacionamentos políticos com sucessivos governos para evitar constrangimentos regulatórios que teriam limitado a comercialização em outro lugar:

This has meant that most Latin American nations have had a long familiarity with commercial television, and did not experience the convulsions which most countries in the other world regions went through in the course of the neoliberal wave of privatization and commercialization that occurred in the 1980s. Furthermore, Latin America has had more time in which to develop and institutionalize its own television genres, notably the telenovela. This complex fusion of commercial imperatives and popular culture has not only become the characteristic mainstay of programming throughout the entire region, but also has emerged as a model for importation and emulation by less-developed markets in unexpected corners of the world.⁵ (SINCLAIR; STRAUBHAAR, 2013, p. 2)

-
- 5 "Isso tem significado que a maioria das nações latino-americanas tem uma longa familiaridade com a televisão comercial e não experimentou as convulsões que a maioria dos países das outras regiões do mundo atravessou no curso da onda neoliberal de privatização e comercialização ocorrida nos anos 80. Além disso, a América Latina teve mais tempo para desenvolver e institucionalizar seus próprios gêneros televisivos, notadamente a telenovela. Esta fusão complexa de imperativos comerciais e cultura popular não só se tornou o pilar característico da programação em toda a região, mas também emergiu como um modelo de importação e emulação por mercados menos desenvolvidos em cantos inesperados do mundo".

A reflexão acima nos traz, para o pensamento sobre os desafios das televisões públicas da região, a esta conformação. Primeiro, já existe uma estrutura de aproximação entre as nações latinoamericanas com a televisão comercial, o que pode dificultar o desenvolvimento das televisões públicas, por ter que estarem submetidas à dinâmica estrutural de mercado televisivo. Segundo, como a televisão comercial na América Latina consolidou seu próprio gênero televisivo, as telenovelas, que por sua vez exigem caras produções, fica difícil concorrer com estas emissoras no sentido de programação. Toda essa estrutura se constitui como um enorme desafio para as políticas de cultura focadas em desenvolvimento das televisões públicas do território. Território este que não é isolado, mas interligado por meio de conexões híbridas e dependentes dos arranjos de mercado.

OS DESAFIOS DA TELEVISÃO PÚBLICA

A televisão surgiu, na América Latina, durante as décadas de 1950 e 1960, quando a maior parte dos países estava sob algum tipo de regime autoritário: Batista, em Cuba; Perón, na Argentina; Pérez Jimenez, na Venezuela; Rojas Pinilla, na Colômbia; Odría, no Peru; Stroessner, no Paraguai; e Osvaldo Candía, na Bolívia. (BARROS FILHO, 2015)

Assim, podemos considerar que ela nasce na região submetida enquanto um instrumento de dominação ideológica, já que grande parte dos países latinoamericanos começou com a televisão sob o controle do governo. Assim, podemos aproveitar as palavras de Otondo (2008), de que as televisões públicas da América Latina existem com estruturas ainda autoritárias.

No caso do Brasil e México, a televisão nasceu e cresceu, em grande medida, a partir da iniciativa privada e sob o modelo comercial. Para Barros Filho (2015) e diversos outros autores sobre o tema, mesmo sendo adotada primeiramente pela iniciativa privada, tanto

no Brasil quanto no México a televisão foi se desenvolvendo com sólidos vínculos com o poder público. Silva também nos ajuda a entender:

A dinâmica comercial e privada se avança rapidamente e se generaliza ainda nos 1960. As emissoras estatais assumem uma posição secundária e, com frequência, um esquema arbitrário, sem consenso social nem modelo de serviço público. Como exceções a esta regra, podem ser citadas a estrutura originária da televisão no Chile, que inaugurada em 1970 como um monopólio estatal confiado às universidades, e a televisão colombiana, que até a década de 90 também era operada exclusivamente pelo Estado, embora fosse permitido o aluguel de faixas horárias a programadoras privadas. (SILVA, 2009 apud ROCHA, 2014, p. 48-49)

De acordo com Souza (2014), apesar desses exemplos, o curso rumo à comercialização dos sistemas televisivos é avassalador e absorve as iniciativas públicas ou não lucrativas, instaurando uma quase completa hegemonia privada nas TVs consideradas públicas da região. Neste panorama, as TVs instituídas como “públicas” sofreram de crises existenciais, no sentido de que em realidade nem sempre eram de fato públicas, mas estatais, as TVs “culturais”, “educativas”, entre outras denominações. No caso do Brasil, por exemplo, a TV pública só nasceu na primeira década de 2000, e junto a sua criação a Empresa Brasil de Comunicação, o que já carrega o aspecto empresarial na nomenclatura da instituição.

A crise de identidade das TVs não comerciais também se revela a partir da sucessão de gestores, o que interfere nas políticas de programação e na forma de gestão, uma vez que acabam implantando uma espécie de “estilo” ou de “visão” de programação, muito mais atentos à gestão e ao serviço governamental do que à preocupação social enquanto instituições públicas. (MILANEZ, 2015)

Segundo Otondo, tais dificuldades nas TVs públicas da América Latina estão relacionadas com as contingências políticas e econômicas que geravam instabilidade contínua e, portanto, uma “má televisão”. Ainda segundo a autora, as leis não eram garantia suficiente para se ter uma “boa televisão!”

Em acordo com Dominique Wolton (1983 apud OTONDO, 2008), basta observar o modo de organização de um Estado para saber qual o modo de gestão de sua televisão. O maior ou menor grau de intervenção nas decisões, a forma de financiamento escolhida e como se consideram as necessidades ou as demandas do público são os traços que caracterizam o modelo audiovisual adotado no país.

Isso vai interferir também na TV pública e, conseqüentemente, na sua programação (gestão, os temas de interesse, os horários e os conteúdos).

Entre outros desafios do campo da TV pública num cenário cada vez mais híbrido está o de garantir sua estabilidade econômica, modificando suas estruturas administrativas para que funcionem de maneira mais eficiente e com transparência, fazendo um uso adequado dos recursos públicos e privados que obtenham. (RAMIREZ, 2011) Ainda segundo a autora, é necessário garantir sua participação na convergência digital para ampliar e democratizar os serviços que estes meios podem oferecer à sociedade.

Outro desafio para as TVs públicas da América Latina é de mais articulação em rede entre elas próprias. Essa questão é perceptível na observação do fenômeno da Rede DOCTV Latinoamérica. Vale, porém, lembrar a existência da Telesur, uma cadeia financiada por sete nações que se transmite para a América Latina via satélite desde 24 de julho de 2005. Embora não esteja integrada à Rede DOCTV Latinoamérica, a Telesur nasceu ligada a uma conjuntura política latinoamericana por meio de governos inclinados à integração. (CANO, 2011)

AS TVS PÚBLICAS DA REDE DOCTV LATINOAMÉRICA

Pensando que estas TVs da Rede são juridicamente diferentes enquanto instituições e diversas são as assimetrias da América Latina, com alguns países mais desenvolvidos no campo do audiovisual, outros menos, com suas trajetórias próprias, tal configuração também se reflete nos seus desenvolvimentos. A pesquisa se depara na necessidade de entender suas propostas e interpretá-las enquanto veículos transmissores do principal produto do programa DOCTV Latinoamérica: seus documentários.

Para ingressar ao programa, já deve existir articulação entre as TVs e as instituições gestoras do audiovisual de cada país – o histórico de adesão daquelas ao DOCTV Latinoamérica é praticamente o mesmo da entrada do país à Rede. Assim, por exemplo, a Argentina, assim como a Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, México, Panamá, Peru, Porto Rico e Uruguai, participaram de todas as edições do programa. Participaram também as TVs articuladas com os organismos gestores do audiovisual. No caso destes países, estas TVs e canais são: Incaa TV,⁶ Canal Encuentro⁷ e TV Pública, na Argentina; Bolívia TV; Señal Colombia;⁸ Sinart,⁹ da Costa Rica; Instituto Cubano de Radio y TV; Canal 22¹⁰ e SPR,¹¹ do México; SER TV, do Panamá; TV Perú; Puerto Rico TV; e Televisión Nacional de Uruguay.¹²

Entrou na segunda edição do programa, a Televisión Legislativa Ecuador,¹³ e na terceira a Paraguay TV. Na quarta, por sua vez,

6 Disponível em: <http://www.incaa.gov.ar/>. Acesso em: 4 out. 2017.

7 Disponível em: <http://encuentro.gob.ar/acercade>. Acesso em: 4 dez. 2018.

8 Disponível em: <https://www.senalcolombia.tv/>. Acesso em: 4 dez. 2018.

9 Disponível em: <http://www.costaricamedios.cr/>. Acesso em: 4 dez. 2018.

10 Disponível em: https://www.facebook.com/Canal22Mexico/?ref=br_rs. Acesso em: 4 dez. 2018.

11 Disponível em: <http://www.spr.gob.mx/>. Acesso em: 4 dez. 2018.

12 Disponível em: <http://www.tnu.com.uy/>. Acesso em: 4 dez. 2018.

13 Disponível em: <http://tvl.asambleanacional.gob.ec/>. Acesso em: 4 dez. 2018.

entraram o Canal 9, da Guatemala, e o Canal 6,¹⁴ nicaraguense. Já na quinta, entrou o Canal 4 RD, da República Dominicana.

A Televisión Nacional de Chile permaneceu nas três primeiras edições do DOCTV, não participando mais das posteriores. Já a Tele Aragua, da Venezuela, saiu na última edição.

De modo abrangente, as TVs têm características semelhantes em como se apresentam ao público. Algumas usam o discurso da natureza cultural e cidadã, nacional e democrática, que é o caso da TV Brasil,¹⁵ criada em 2007 e gerida pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC), também responsável pela Agência Brasil.

É impraticável estabelecer e delimitar um perfil das TVs e canais públicos envolvidos com a Rede DOCTV Latinoamérica, principalmente devido às diferenças existentes entre eles, justificadas pelas suas diversas formações, as desigualdades dos países, e, em um contexto mais amplo, as assimetrias da América Latina. – pois é certa a ocorrência híbrida em suas performances, relacionada com fatores e trajetórias de dependência do audiovisual contemporâneo –. Tentamos aqui ao menos indicar um campo em processo de definição dentro de uma lógica heterogênea. Esta heterogeneidade das TVs públicas da Rede DOCTV Latinoamérica existe tanto por conta do já citado campo híbrido existente no mundo do audiovisual e da televisão, especificamente – que se confunde com a lógica de mercado –, quanto pela configuração de diferentes padrões enquanto instituições, ao mesmo tempo em que pertencem a trajetórias diferentes em seus países, apesar de pertencerem ao mesmo território e estados semelhantes de iniciação.

A partir da análise dos conteúdos presente em seus portais, de como estas TVs e canais se apresentam, tentamos aqui minimamente indicar que campo é esse que ocupa a Rede DOCTV Latinoamérica, tendo como uma de suas dimensões as TVs e canais considerados públicos na região. Subcampo este que já sabemos não ser

14 Disponível em: <https://canal6.com.ni/>. Acesso em: 4 dez. 2018.

15 Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/sobreatv>. Acesso em: 4 dez. 2018.

autônomo, mas que de algum modo se subverte ao padrão comercial televisivo, em sua aparência, e que se hibridiza com esta mesma televisão industrial em alguns modos.

Apesar deste campo se mostrar complexo, apenas pelas poucas linhas que tentam espelhar a imagem institucional de cada uma das páginas eletrônicas destas entidades é possível encontrar confluências nestes escritos e, conseqüentemente, o que estas TVs e canais latinoamericanos propõem enquanto instituições de interesse público e em consequência suas produções e programações. A ideia de se investir em cultura é a mais presente, e esta se expressa no sentido de fomento e disseminação. Em geral, o discurso de promover a cultura do país vem casado com a noção de diversidade e pluralidade. Podemos enxergar como avanço esse sentido, visto que termos como estes têm sido agregados pelas instituições, principalmente após a Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural da Unesco, de 2002 e a Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais da Unesco, de 2005.

No que diz respeito às produções, notamos que além do objetivo de produzir conteúdos sobre o que elas consideram como “cultura nacional”, é recorrente o discurso da TV enquanto um mecanismo voltado para transmitir conteúdos educativos e com a missão informativa. Tal premissa deve estar diretamente relacionada com as primeiras missões das TVs não comerciais, que no caso do Brasil, por exemplo, foram as TVs educativas e TVs culturais, antes da criação da TV pública do país. Então, muito da TV pública hoje é herança da TV educativa, o que teve conseqüências também em sua programação. Atentamos também para a ideia de “cultura nacional” como consequência do processo de formações nacionais da América Latina. Vemos então que há um conflito das visões de cultura, de um lado, que prega a cultura nacional, de outro a que considera a diversidade e pluralidade de cada país. Entretanto o elemento comum é pensar a TV pública na cultura para dentro, a cultura da nação, seja ela plural ou “única”.

Vimos também que, estrategicamente, as TVs e canais tentam oferecer uma programação plural, diversa, educativa e cultural. A natureza informativa e de entretenimento é o que está mais presente quando o assunto é a oferta destes conteúdos. Entretanto, a coleta revelou que a ideia de América Latina não esteve exposta em nenhuma destas TVs. Não identificamos qualquer enunciado na dimensão territorial, nem do ponto de vista de produção de conteúdo latinoamericano, nem tampouco em termos de oferta. A única que mencionou América Latina foi o canal porto-riquenho, mas em um viés mais “orgulhoso”, por ter sido a primeira televisão educativa da região.

Dentro da Rede DOCTV Latinoamérica, também não está incluída nenhum tipo de organização de emissoras públicas da América Latina. O que localizamos neste quadro foi a Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (Abepec), o que já é importante, principalmente pela dimensão territorial do Brasil. Entretanto, o que poderia servir de modelo para uma possível Associação Latinoamericana de Emissoras Públicas, assim como foi um modelo o DOCTV Brasil para o DOCTV Latinoamérica, não tem se mostrado bem atuante na prática. Ao me dirigir ao site da Abepec¹⁶, o mesmo se encontra praticamente sem atividade e sem nenhum conteúdo sobre o programa DOCTV Latinoamérica. Apesar dessa evidência expressa em sua principal página eletrônica, não devemos desconsiderar a atuação e esforços da Abepec em estruturar uma possível coesão entre as TVs não comerciais dos estados brasileiros frente ao imposto conceito de rede de televisão estabelecido pela empresa Globo. Também vale frisar a atuação da Abepec durante a criação do DOCTV Brasil, em levar o programa para todas as partes do país, como também a sua atuação no Fórum Nacional de TVs públicas, levando diversas demandas para a então Secretaria do Audiovisual do agora extinto Ministério da Cultura,

.....
16 Disponível em: <http://www.abepec.com.br/>. Acesso em: 21 fev. 2019.

como mostrou a literatura empírica sobre as TVs públicas no Brasil nesta pesquisa.

Lembramos também que, assim como na América Latina, no caso do Brasil as TVs não comerciais estaduais também são heterogêneas quanto à sua configuração jurídica. São autarquias, fundações de direito público, outras privadas, empresas de economia mista, organizações sociais de interesse público, sendo que uma boa parte é vinculada a alguma entidade de governo estadual ou federal. (OTONDO, 2008)

CONSIDERAÇÕES

Estas observações estão muito longe de chegar às considerações finais. O campo das TVs públicas, por ser muito desafiador é sempre aberto para construções de pensamentos e diálogos entre diversas correntes teóricas. Aqui, a escolha foi no sentido de deixar o mais receptivo possível o encontro de argumentos. Falo no lugar de uma pesquisadora que está também em um processo de explorações sobre a televisão enquanto um campo praticamente ilimitado de análises e, conseqüentemente, de interpretações. Assim é o conhecimento. Nesse sentido, comecei o artigo falando sobre audiovisual até chegar à televisão pública. É tanto o caminho percorrido de um ponto a outro que cabe às políticas culturais dissecar as necessidades de cada objeto. Entretanto, sabemos que as políticas culturais não caminham com suas próprias pernas, principalmente em contextos políticos, históricos e econômicos que nem sempre as favorecem.

A América Latina é um caso singular no que diz respeito ao campo televisivo, uma vez que ao mesmo tempo em que o continente está submetido assim como o resto do mundo com as forças que regem o mercado do audiovisual, ela ainda convive com os domínios dos oligopólios midiáticos, que é o caso da Rede Globo de Televisão do Brasil e com a Televisa do México, que impõem seus padrões de

tecnologia, gênero, gosto e de alinhamento político. A televisão comercial, então, persiste como instrumento de dominação.

Diante dessa configuração em que as lógicas híbridas se encontram e redefinem as lógicas do campo da televisão, como vivem e sobrevivem as televisões públicas? Cabe, então, e sempre com urgência, o papel das políticas culturais. Na América Latina, como vimos, tenta-se uma política de incentivo a produções e exibição de documentários por meio de uma Rede. Entretanto, pudemos perceber que as TVs públicas que compõem a Rede ainda não estão exatamente constituídas solidamente enquanto uma estrutura bem articulada, pois além de terem configurações jurídicas diferentes, se conforma com um desafio que estas atuem em associação de fato. A pesquisa em andamento também está se deparando com problemas na programação da exibição dos filmes (em algumas TVs, os documentários foram exibidos em horários tardios) e na divulgação por parte das TVs públicas no que diz respeito, principalmente, nas estreias dos filmes.

Propomos aqui uma reflexão sobre o papel das políticas culturais transnacionais, que é o caso da Rede DOCTV Latinoamérica, em lidar com os micro-desafios das TVs públicas da região no sentido da programação e articulação entre elas, como também os macro-desafios relacionados com as configurações do mercado televisivo e tecnologia, garantindo assim a sustentabilidade destas em um campo cada vez mais heterogêneo e híbrido.

REFERÊNCIAS

- BARROS FILHO, E. A. A televisão educativa no Brasil e no México: intercâmbios para seu desenvolvimento, 1964-1981. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 28., 2015, Florianópolis. *Anais* [...]. São Paulo: Anpuh, 2015. p. 1-16.
- BOURDIEU, P. *Sobre a televisão*. Tradução Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

- CANO, A. C. Telesur: construyendo un canal televisivo para a América Latina. In: ALCARAZ, F. T. *Desafíos de la televisión pública*. Cidade do México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2011. p. 291–303.
- COELHO, T. *Dicionário crítico de política cultural*. São Paulo: Iluminuras, 2012.
- GARCÍA CANCLINI, N. Entrance. In: GARCÍA CANCLINI, N. *Hybrid cultures: strategies for entering and leaving modernity*. Mineápolis: University of Minnesota Press, 2005. p. 1–11.
- HARVEY, D. Time–space compression and the rise of modernism as a cultural force. In: *The condition of postmodernity*. Oxford: Basil Blackwell, 1990.
- KRAIDY, M. M. The global, the local, and the hibridity: a native ethnography of glocalization. *Critical Studies in Mass Communication*, v. 16, p. 456–476, 1999.
- MILANEZ, L. TV pública: a desconstrução continuada. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015, Rio de Janeiro. *Anais [...]*. São Paulo: Intercom, 2015. p. 1–15.
- OTONDO, T. M. *Televisão pública na América Latina: para quê e para quem? 2008*. Tese (Doutorado em Integração da América Latina) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.
- PACE, R.; HINOTE, B. P. *Amazon town TV: an audience ethnography in Gurupá, Brazil*. Austin: University of Texas Press, 2013.
- RAMIREZ, P. O. Por qué es necesaria la televisión pública: su presente y futuro. In: CANO, A. C. *Desafíos de la televisión pública*. Cidade do México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2011. p. 95–111.
- SINCLAIR, J.; STRAUBHAAR, J. *Latin American television industries*. Londres: British Film Institute, 2013.
- SOUZA, R. P. T. R. *Políticas culturais e televisão pública: o processo de conformação da Empresa Brasil de Comunicação/TV Brasil*. 2014. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade) – Instituto de Humanidades, Artes e Ciências, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014.
- STRAUBHAAR, J. Hybridization and the roots of transnational, geocultural and cultural–linguistic markets. In: STRAUBHAAR, J. *World television: from global to local*. Thousand Oaks: Sage, 2007. p. 31–54.