



---

## Breve Painel Histórico e de Perspectivas da TV Brasil e do Canal 7 Argentina<sup>1</sup>

Jéssica Monteiro de GODOY<sup>1</sup>  
Antonio Francisco MAGNONI<sup>2</sup>  
Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

### RESUMO

A partir da premissa do papel da TV pública, tomamos como objetos o Canal 7 Argentina e a TV Brasil, analisando seus respectivos contextos atuais, sem deixar de lado a história da radiodifusão argentina e brasileira. O primeiro foi pioneiro em tudo: primeira televisão em 1951, primeira transmissão em cores e primeiro canal a adotar o sistema nipo-brasileiro de TV digital. A segunda, gerida pela EBC, criada em 2007, é uma nova tentativa de construção nacional de uma rede pública de televisão que também passa pelo processo de convergência digital. A presença da *Ley de Medios* na Argentina e a ausência de uma regulação no Brasil delineiam a realidade da radiodifusão nesses países. Formas de financiamento e de gestão desafiam os rumos dessas televisões públicas, evidenciando a necessidade de rearticulações, a fim de vislumbrarmos um cenário de expansão para esses canais.

**PALAVRAS-CHAVE:** televisão pública; Canal 7 Argentina; TV Brasil; TV digital; regulação da radiodifusão

### TEXTO DO TRABALHO

A pesquisa “Uma mirada em dois projetos e concepções sul-americanas de TV pública digital: análise comparativa entre TV Brasil e Canal 7 Argentina” propõe uma análise empírica e comparativa, teórico-prática (textos científicos, notícias e entrevistas), utilizando como referências metodológicas a Teoria de Abordagem Empírica em Campo (WOLF, 1987) ou dos “efeitos limitados” e também os Estudos Culturais (ZALLO, 1988; 1992). O objetivo geral é avaliar o panorama, as tendências e os entraves para o desenvolvimento atual da TV Brasil e do Canal 7 Argentina, duas propostas públicas e nacionais de televisão digital aberta que surgem em momentos distintos (MAGNONI, 2011), mas que hoje compreendem realidades semelhantes.

O que se pode inferir até agora é que o aprofundamento democrático exige também a ampliação constante dos direitos coletivos à informação de interesse público (MATOS; HAZIN, 2008), para tal é fundamental a existência de uma mídia pública que exerça a função de serviço público (LEAL FILHO apud PEREIRA, 2009) e que permita a visibilidade dos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho da V Conferência Sul-Americana e X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

<sup>1</sup> Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Unesp, email: mjehmgodoy@gmail.com

<sup>2</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social- Jornalismo da Unesp, email: afmagnoni@faac.unesp.br / dino@lecotec.org.br



debates sociais (PEREIRA, 2009). Entretanto, o desafio é construir meios públicos autônomos, ou seja, que funcionem livres das ingerências governamentais, bem como dos filtros ou da censura prévia imposta pelo modelo de veículos comerciais sustentados pela publicidade privada e pública.

A presença de um Conselho Curador questionável na TV Brasil (BOLAÑO; BRITTOS, 2008) e a ausência de um no Canal 7 Argentina colocam em xeque a independência editorial dos dois veículos públicos. Isso porque, tanto um como o outro estão vinculados às intempéries do poder Executivo. Como indica o site<sup>3</sup> do Conselho Curador da EBC, no caso da TV Brasil, dos 22 membros<sup>4</sup> que compõem o Conselho, 15 são representantes da sociedade civil indicados pelo presidente da República. Já o Canal 7, de acordo com o site oficial do governo argentino<sup>5</sup>, está subordinado à gestão da empresa pública Rádio e Televisão Argentina Sociedade do Estado (RTA SE), supervisionada pela Secretaria de Comunicação Pública. Além disso, ambas dependem do financiamento público, embora o modelo econômico da TV Brasil se sustente também de outras formas<sup>6</sup>.

Assim como o rádio em 1930, a televisão surge nessas duas sociedades décadas mais tarde como veículos prioritários para consolidação do poder instituído. Em 1950, no Brasil, Assis Chateaubriand, empresário dono do maior conglomerado de mídia da época, Diários Associados, importou dos EUA as tecnologias de televisão ao Brasil e criou a TV Tupi, primeira emissora privada do país. As duas primeiras décadas da televisão brasileira foram marcadas pelo entretenimento e pela publicidade, programação característica da radiodifusão comercial. Foi um período de aprendizado técnico, artístico e informativo de um veículo caro e de produção difícil e custosa (MAGNONI 2001). Durante os anos 70, no Brasil, a televisão comercial em rede nacional tornou-se o veículo preferido pelos ditadores, especialmente a Rede Globo de Televisão (AZEVEDO apud BOLAÑO, 2010). As primeiras emissoras públicas nacionais foram criadas no final da década de 1960, “quando a televisão já havia se consolidado como o mais importante instrumento da indústria cultural brasileira” (LEAL

---

<sup>3</sup> EBC. **O conselho curador**. Disponível em: <<http://www.conselhocurador.ebc.com.br/pagina/conselho-curador>>. Acesso em: 25 de março de 2015.

<sup>4</sup> Os demais são representantes do governo federal (Ministérios da Educação, Cultura, Ciência e Tecnologia e Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República), um da Câmara dos Deputados, um do Senado Federal e um funcionário da Empresa.

<sup>5</sup> ARGENTINA. **Sistema de Medios Públicos**. Disponível em: <<http://www.argentina.gob.ar/pais/93-sistema-de-medios-publicos.php>>. Acesso em: 25 de março de 2015.

<sup>6</sup> Dotações orçamentárias, doações, legados, subvenções e outros recursos que lhe sejam destinados por pessoas físicas e jurídicas, sejam eles de direito público ou privado, apoio cultural de entidades de direito público e privado na forma de patrocínio de programas, projetos e eventos e a publicidade institucional de entidades de direito público e privado.



FILHO, 2000, p.158) e desde o início, as suas programações eram complementares, se restringiam a conteúdos educativos (SILVA; GOBBI, 2010).

Na Argentina dos anos 1950, o primeiro entrave para que a televisão se tornasse um meio de comunicação de massa público era o grande investimento inicial que o governo nacional teria que fazer para importar os equipamentos da emissora pioneira. Também era necessário definir um modelo permanente de financiamento para o veículo. (MAGNONI, 2001, p.32). Foi assim que o presidente argentino à época Juan Domingo Perón encarregou o empresário Jaime Yankelevich a fim de que importasse os equipamentos também dos EUA para a implantação da televisão no país. Em 1951 nascia o Canal 7, a primeira emissora de TV Argentina. O Canal 7 passou por várias denominações e por vários entraves gerenciais e financeiros (BIAIÑ, 2002), até ser refundado nos anos 2000, para ser a cabeça de rede do sistema público de comunicação, além de ser totalmente renovado durante o processo de digitalização, que deve ser concluído no país em 2019, um ano depois do Brasil. No entanto, na prática, os recursos oferecidos pela digitalização ainda engatinham nesses dois países.

Segundo o site do Canal 7, TV Pública Argentina (TVP)<sup>7</sup>, a cobertura nacional é de 50% da população, por meio da televisão aberta analógica, 65% por meio da televisão digital terrestre, e outros 100% da população por meio da televisão digital por satélite e pelos sistemas pagos (cabo e satélite), ao todo são 292 retransmissoras. Trata-se de dados concomitantes e não complementares. O Canal 7 tem uma situação muito diferente da TV Pública brasileira, sua audiência está próxima aos seus concorrentes comerciais.

No contexto brasileiro, conforme os dados divulgados no site<sup>8</sup> da TV Brasil, a transmissão nacional do canal é feita por canal aberto, por parabólicas e TV por assinatura. De acordo com o Plano de Trabalho da EBC<sup>9</sup> (FLECK SAIBRO, 2015, p.17<sup>10</sup>), “em 2014, a programação da TV Brasil foi disponibilizada para 15 milhões de assinantes de TV fechada e para cerca de 20 milhões (...) por antena parabólica”. Vale salientar que o Decreto nº 6.246 que criou a EBC estabeleceu a obrigatoriedade de transmissão do sinal da TV Brasil nos pacotes de serviços das TVs por assinatura. A pesquisa de mídia realizada em 2014 indica que 32 milhões de pessoas assistiram diariamente a TV Brasil por TV aberta em seis das

<sup>7</sup> TELEVISÃO PÚBLICA ARGENTINA. **Cobertura**. Disponível em: <<http://www.tvpublica.com.ar/institucional/cobertura/>>. Acesso em: 22 de março de 2015.

<sup>8</sup> EBC. **Como sintonizar**. Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/comosintonizar>>. Site: TV Brasil. Acesso em: 23 de março de 2015

<sup>9</sup> Dados disponíveis no site da TV Brasil estão desatualizados perante o Plano de Trabalho de 2015 EBC.

<sup>10</sup> FLECK SAIBRO, A. L (Org.). **Plano de Trabalho 2015 da EBC**. Brasília: EBC, 2015. Disponível em: <[http://conselhocurator.ebc.com.br/sites/\\_conselhocurator/files/resolucao\\_02\\_2015\\_-\\_aprovacao\\_do\\_plano\\_de\\_trabalho\\_2015\\_com\\_o\\_plano.pdf](http://conselhocurator.ebc.com.br/sites/_conselhocurator/files/resolucao_02_2015_-_aprovacao_do_plano_de_trabalho_2015_com_o_plano.pdf)>. Acesso em 03 de abril de 2015.



principais capitais, sem especificá-las, e 55 geradoras e 728 retransmissoras compuseram nesse mesmo ano a RNCP<sup>11</sup> (FLECK SAIBRO, 2015). Apesar disso, “o público é reduzido e centrado nas grandes capitais” (FLECK SAIBRO, 2015, p.24). Como explica o pesquisador, Laurindo Leal Filho em entrevista concedida à Carta Maior<sup>12</sup>, o princípio de universalidade geográfica da televisão pública, defendido por pesquisadores do tema, não acontece com a TV Brasil. Para Leal Filho, falta para a TV Pública brasileira a urgente conformação de uma rede nacional.

Houve um equívoco na formação da rede atual porque a TV Brasil se apoiou nas emissoras públicas locais, e existe uma diversidade institucional muito grande em cada estado. Existem estados em que a TV pública só é divulgadora da atividade do governo local, ao passo que, em outros, é uma TV que depende da secretaria de cultura. Isso é terrível para a TV Brasil porque fica sujeita à decisão partidária de cada estado. Quando o Rio Grande do Sul era governado por tucanos, eles retransmitiam pouco da TV Brasil, dando espaço para a TV Cultura de São Paulo. [Proponho que a TV Brasil tenha] um sinal próprio, chegando a todo o Brasil, ou que tenha retransmissores que ponham toda a programação, assim como faz a Globo ou a TV Record. Porque atualmente existem canais estaduais que retransmitem 6 horas, outros 8 horas, e outros apenas 4 horas. Isso é perfeitamente possível. O presidente Hugo Chávez fez isso, e hoje todos os venezuelanos têm acesso à televisão pública. (LEAL FILHO apud PIGNOTTI, 2014, página online<sup>13</sup>)

Outro ponto destacável é a necessidade de um marco regulatório para a radiodifusão nos países democráticos, como acontece nas principais economias do mundo, a exemplo dos Estados Unidos. Regular a radiodifusão significa garantir a possibilidade de que todos os veículos de comunicação eletrônica tenham igualmente espaço e alcance junto ao público e ampliar o direito da informação previsto inclusive pela Unesco, condição basilar para uma Nação democrática de fato e de direito (MATOS; HAZIN, 2008).

No Brasil, com a promulgação da Constituição de 1988 houve expectativas por parte da sociedade civil organizada por legislações acerca do campo da comunicação. Durante o mandato do presidente Lula (PT) propostas do tipo foram frustradas pela grande mídia e pelos políticos concessionários de rádio e televisão (BOLAÑO; BRITTOS, 2008). Apesar de a pauta da regulação midiática ter sido prevista em plano de governo durante as eleições de 2014 da candidata reeleita à presidência da República, Dilma Rousseff (PT), a Câmara dos Deputados, presidida pelo deputado Eduardo Cunha (PMDB-RJ) – quem define a ordem ou

<sup>11</sup> Rede Nacional de Comunicação Pública de Televisão.

<sup>12</sup> PIGNOTTI, Dario. **Dilma está comprometida com a regulação da mídia, diz Laurindo Leal**. Site: Carta Maior, 29 dez 2014. Disponível em: <<http://cartamaior.com.br/?%2FEditoria%2FMidia%2FDilma-esta-comprometida-com-a-regulamentacao-da-midia-diz-Laurindo-Leal%2F12%2F32528>>. Acesso em: 22 de março de 2015.

<sup>13</sup> Vide nota anterior.



não das pautas discutidas - é majoritariamente contra a proposta. A fala mais emblemática de Cunha aconteceu em fevereiro de 2015, replicada por várias mídias brasileiras: “regulação só vai à votação por cima do meu cadáver”.

Por outro lado, a Argentina deu um passo inédito na construção de uma democratização, pelo menos do audiovisual. Trata-se da *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Lei n° 26.522, LSCA)*, promulgada em 2009 e que ficou conhecida como *Ley de Medios*. A Lei foi motivo de polêmica e lutas judiciais por parte do maior grupo de mídia do país, Clarín, que discutia na Justiça a constitucionalidade de quatro artigos da Lei. Em outubro de 2013, depois de intensa discussão na sociedade civil, no Congresso e no Judiciário, a Ley de Medios foi declarada constitucional. Em 2014, Clarín começou a se enquadrar nos desígnios dessa legislação. Em recente artigo disponibilizado em blog, um grupo de pesquisadores argentinos<sup>14</sup> apontam pendências nessa lei, porque não abarca o entorno digital.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOLAÑO, C.; BRITTOS, V. C.. **TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural**. In Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Vol 10, n.3, Sep. – Dic. / 2008.
- LEAL FILHO, L. . **A TV pública**. In: Eugênio Bucci. (Org.). A TV aos 50. Criticando a TV brasileira no seu cinquentenário. 1ed.São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000, v. 1, p. 153-165.
- MAGNONI, A. F.. **Primeiras Aproximações sobre Pedagogia dos multimeios para o ensino superior**. Marília: Unesp, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Relatório de estágio pós doutoral: “estudo comparativo do processo de implantação da televisão digital terrestre no Brasil e na Argentina” 01/03/2010 a 20/11/2010**. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), 2011.
- MATOS, J. M. B. ; HAZIN, M.. **TV Pública do Brasil e a efetividade do direito fundamental à informação**. In: Congresso Latino-Americano de Direitos Humanos e Pluralismo Jurídico, 2008, Florianópolis. Anais do Congresso Latino-Americano de Direitos Humanos e Pluralismo Jurídico. Florianópolis: Editora Dom Quixote, 2008.
- PEREIRA, S. (Org.). **Sistema Público de Comunicação no Brasil: as conquistas e desafios**. Observatório do Direito à Comunicação, Dez 2009.
- SILVA, D. M. F.; GOBBI, M. C.. **Cenários e desafios da digitalização para TVs públicas**. In: GOBBI, Maria Cristina; KERBAUY, Maria Teresa Miceli. (Org.). Televisão digital: informação e conhecimento. 1ed.São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010, v. 1, p. 179-198.
- WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1987.
- ZALLO, R.. **Economía de la comunicación y la cultura**. Madrid: Akal, 1988.
- \_\_\_\_\_. **El mercado de la cultura**. Estructura económica y política de la comunicación. Donostia: Tercera Prensa, 1992.

<sup>14</sup> "MARINO, S.; MASTRINI, G.; BECERRA, M.; RUBINI, C.; ESPADA, A.. **Diagnóstico sobre el acceso del sector sin fines de lucro a medios audiovisuales en la Argentina 2014**. Quilmes: Programa de Investigación “Industrias culturales y espacio público: comunicación y política en la Argentina” y Maestría en Industrias Culturales, Políticas y Gestión - Universidad Nacional de Quilmes, 2015. Disponível em: <<https://martinbecerra.files.wordpress.com/2015/03/diagnostico-medios-sin-lucro-unq-icep-mar2015.pdf>>. Acesso em: 25 de março de 2015.