

TELEVISÃO E POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL CONTEMPORÂNEO

Antonio Albino Canelas Rubim*

Lindinalva Silva Oliveira Rubim* *

*Antonio Albino Canelas Rubim é professor da UFBA, docente do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, coordenador do Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, pesquisador do CNPq e presidente do Conselho Estadual de Cultura da Bahia.

** Lindinalva Silva Oliveira Rubim é professora da Faculdade de Comunicação da UFBA, docente do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade e pesquisadora do Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura.

Introdução

Estudar as relações entre televisão e políticas culturais no Brasil contemporâneo não é um trabalho fácil. Um complexo conjunto de fatores tem bloqueado a reflexão acerca desta conexão vital para uma compreensão mais sofisticada das dinâmicas atuais no país. O significado adquirido pela televisão para a conformação cultural da contemporaneidade, inclusive brasileira, para o mal ou para o bem, não pode ser desconsiderado, em especial, quando pretendemos esboçar e implementar políticas culturais efetivamente democráticas. Pesquisa recente do IBGE, por exemplo, apontou a televisão como um dos poucos equipamentos culturais realmente presentes em praticamente todos os municípios brasileiros (IBGE, 2006). Por conseguinte, este trabalho busca estimular o enfrentamento deste tema considerado essencial da atualidade brasileira. Ele atualiza as reflexões desenvolvidas pelos autores em texto publicado na Revista USP (RUBIM e RUBIM, 2004).

A bibliografia sobre televisão, ainda que não tenha a envergadura correspondente ao admirável lugar – político, econômico e cultural – ocupado pela televisão no Brasil,

desde os anos 60 do século passado, já produziu um volume de estudos que busca dar conta do fenômeno televisivo no horizonte nacional. Assim, através de livros, capítulos, artigos, teses, dissertações e monografias, a televisão vem sendo esquadrihada em múltiplos enquadramentos temáticos e perspectivas teórico-metodológicas. Um razoável estoque de conhecimento sobre a televisão já se produziu, ainda que, voltamos a insistir, sua dimensão, quantitativa e qualitativa, não corresponda ao lugar essencial em que ela adquiriu em nossa nação.

Algo similar não pode ser reivindicado acerca da bibliografia existente sobre políticas culturais¹. Ela – além de escassa, pois, a rigor, apenas começa a ser construída – tem, quase sempre, se caracterizado por uma angulação generalista ou, em opção oposta, pela circunscrição a alguns temas determinados. Outra característica marcante: estes estudos vinculam-se predominantemente ao meio não acadêmico. Só mais recentemente estudos universitários têm se debruçado sobre o assunto. Para o bem ou para o mal, o olhar acerca das políticas, muitas vezes, tem origem em preocupações, demandas e lugares de militância. Deste modo, pode-se afirmar, sem medo de errar, que a investigação acerca da temática das políticas culturais ainda não enfrentou questões fundamentais, que estão a requerer urgentes equacionamentos.

O desafio colocado a este texto, por conseguinte, emerge como possibilidade e capacidade de articular horizontes temáticos diferenciados e inscritos em circunstâncias tão díspares. Em vista disto, também retomamos neste trabalho algumas questões e argumentos assinalados em textos anteriores publicados pelos autores acerca da temática.²

Por certo, o tema da relação entre televisão e políticas culturais no Brasil tem uma situação bastante singular se considerada a bibliografia sobre o fenômeno televisivo. Em boa medida, a larga bibliografia existente praticamente desconhece a questão. Nestes estudos, pode-se até observar que o vínculo entre televisão e cultura, por vezes encontra-se

¹ Um primeiro levantamento mais amplo sobre a bibliografia existente acerca das políticas culturais no Brasil pode ser encontrado em www.cult.ufba.br.

² Para citar apenas os textos mais voltados para a temática em debate, ver Rubim, A. (2002, 2003) e Rubim, L. (2003).

reivindicado. Ele inspira e comparece como preocupação em determinados trabalhos³, ainda que eles não sejam predominantes na área. O mesmo não pode ser afirmado acerca do enlace com as políticas culturais. Aqui quase nenhum movimento se faz para tematizar e buscar resolver o problema conexo. Parece até permitido aos estudos televisivos anotar o caráter cultural da televisão, mas nunca sua colocação no âmbito das políticas voltadas à cultura.

Na perspectiva dos estudos acerca das políticas culturais, a interdição torna-se ainda mais acentuada. Na imensa maioria dos trabalhos, generalistas ou específicos, a televisão simplesmente não é lembrada. O esquecimento e silêncio sobre a mídia marcam em profundidade tais estudos. Neste lugar de fala, mesmo o vínculo considerado, de modo tênue, na circunstância anterior entre televisão e cultura corre perigo. Ele parece bloqueado e sem condições de se sustentar. Aqui definitivamente existe um profundo muro erguido separando televisão e cultura.

O breve panorama tentado como abertura do texto busca dar ao leitor um contexto no qual trafegam, com dificuldades, o tema e as questões a serem enfrentadas neste trabalho. Antes de mergulhar mais firmemente neles, cabe explicitar duas premissas que orientam nossa reflexão. Primeiro, os autores consideram que a interação entre políticas culturais e televisão apresenta-se como essencial para o Brasil e o mundo contemporâneos. Segundo, os autores partem da convicção da impossibilidade de existir no país uma política cultural radicalmente democrática sem que a televisão esteja devidamente tematizada e contemplada como momento essencial desta política. Expressas tais premissas, pode-se passar à discussão de nosso tema.

Mutações na circunstância cultural brasileira

Os anos 60 são eternamente lembrados como marco político e cultural relevante na história brasileira e mundial, inclusive neste ano em que comemorados os 40 anos dos

³ O vínculo já aparece, por exemplo, em um estudo de Muniz Sodré (1977) que hoje pode ser considerado clássico. Nele sintomaticamente existe um capítulo intitulado TV e Cultura Brasileira.

acontecimentos emblemáticos de 1968. Novamente temos que iniciar nossa reflexão pela famosa década, pois ela configura a fronteira entre dois momentos político-culturais imprescindíveis para começar nosso itinerário. Trata-se de uma transição que ganha densidade e eclode, como tantas outras manifestações, naqueles agitados “anos rebeldes”. Estamos falando de algo pouco investigado e debatido: a vertiginosa transmutação cultural acontecida no Brasil: de uma cultura conformada através de um circuito cultural escolar-universitário – restrito e excludente, porém dominante – a cultura brasileira passa a ser hegemonizada por um outro e novo circuito cultural, aquele ambientado e constituído pelo sistema de mídias. Por óbvio, a transição de uma cultura, dominada pelo circuito escolar-universitário para outra hegemonizada pela cultura midiática não se consuma nos anos 60. O processo se desdobra e se consolida no período seguinte. A década de 60 emerge aqui como fronteira. Isto é, momento síntese privilegiado de passagem que faz a intermediação entre dois movimentos cruciais da cultura nacional.

O circuito escolar-universitário, mesmo como as suas problemáticas e limitadas configurações, marca toda nossa tradição cultural anterior. Ele tem um caráter altamente elitista e excludente. Basta recordar algumas características dos seus pólos escolar e universitário. A escola (pública) nunca se universalizou satisfatoriamente no Brasil, muito menos até os anos 60. Não é demais lembrar, que aqueles anos são balizados por diversos movimentos de alfabetização das massas populares. Eles denunciam o caráter restrito daquele circuito. Paulo Freire – com seu método e sua educação como prática da liberdade – é certamente o mais nobre dos exemplos possíveis de serem lembrados.

A Universidade é criada tardiamente no país. Nossa primeira Faculdade surge em 1808 na Bahia e a instituição universitária nasce apenas nos anos 30 do século XX. Nosso atraso em relação à instalação da Universidade na América Espanhola soma vários séculos. Cabe recordar que as grandes manifestações do movimento estudantil contra a ditadura no período imediatamente posterior ao Golpe Militar de 64 tinham como suas bandeiras mais mobilizadoras, além da luta contra o autoritarismo e pelas liberdades democráticas, a expansão das vagas e a reforma universitária. Novamente, o teor excludente e elitista do circuito escolar-universitário se vê denunciado. Talvez por esta indelével condição, tal

cultura seja possuída, como assinalou de modo perspicaz Carlos Nelson Coutinho, por um uso ornamental (COUTINHO, 2000). Ela serve para distinguir, porque não universalizada, e reproduz, sem constrangimentos, a profunda desigualdade social que se chama Brasil.

Mas, apesar deste caráter problemático, a cultura brasileira – em especial, aquela produzida entre a década de 20 do século XX e os anos 60 – foi perpassada pela instituição escolar-universitária. Como pensar as grandes manifestações político-culturais da década de 60, especialmente, sem olhar o papel dos movimentos universitários, tendo a frente os estudantes. Por exemplo, o Centro Popular de Cultura da UNE, o Teatro de Arena, o Teatro Oficina, o Cinema Novo, o Cinema Marginal, a Bossa Nova, a música popular brasileira, a música de protesto, o Tropicalismo, além de nomes como Vianinha, Glauber Rocha, Cacá Diegues, Chico Buarque, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Geraldo Vandré – para citar apenas alguns poucos – não poderiam sequer ser construídos, quanto mais compreendidos sem considerar o circuito escolar-universitário.

Pode-se mesmo afirmar, com ou sem as restrições que se possa ter, que todo o movimento de cultura nacional-popular provinha fundamentalmente deste leito. Entretanto, como movimento inscrito conscientemente no tempo de fronteira em que vivia, ele estava ferido por um profundo mal-estar acerca da circunstância em que vivia. O movimento em razoável medida era oriundo daquele circuito, mas se propunha a superar aquela circunstância social, ainda que as saídas e projetos propostos, inclusive na questão político-cultural, tenham gerado muitas polêmicas quanto a sua pertinência e consistência⁴.

Claro que se pode falar em uma cultura industrializada a partir da década de 1930, em especial, considerando a presença já relevante do fenômeno Hollywood, como ponta-de-lança primordial da midiatização da cultura em um patamar mundial e brasileiro. Mas os primórdios nacionais desta “industrialização” da cultura estão principalmente nos anos 40 e 50, com o desenvolvimento da Rádio Nacional e no cinema, da Chanchada e da Vera Cruz, para não deixar de lembrar algumas referências relevantes. Estas e outras manifestações,

⁴ Um exemplo de revisão interessante pode ser encontrado nos seminários sobre o nacional-popular desenvolvidos pela Funarte nos anos 1980 e posteriormente publicados na coleção *O Nacional e o Popular na Cultura Brasileira*, editada pela Brasiliense.

como a mecanização e industrialização da imprensa, constituem apenas o nascedouro histórico no país de uma cultura, agora hegemônica pela mídia.

A rigor, apenas se pode conceber uma efetiva cultura midiática no Brasil a partir dos anos 60. Somente naqueles anos estavam dados os requisitos gerenciais, tecnológicos e mercadológicos para a instalação em plenitude da lógica de indústria cultural, bem como as conformações econômicas e sociais que poderiam inaugurar novas modalidades de sociabilidade, a exemplo de uma fase monopolista do capitalismo. Para não alongar em demasia esta análise, opta-se aqui por destacar apenas um dos aspectos essenciais para dar efetividade a esta potencialidade: a constituição de uma rede nacional de telecomunicações, a partir dos anos 60, como suporte tecnológico imprescindível para que a comunicação pudesse integrar a nação, ou pelo menos, suas regiões mais desenvolvidas, através de uma produção de bens simbólicos regida pela lógica mercantil da indústria cultural. A conjunção disto com novos procedimentos gerenciais e mercadológicos e com um modelo de desenvolvimento que inseria o Brasil em um capitalismo monopolista internacionalizado, de renda concentrada, possibilitou a realização da lógica de indústria cultural e a instalação hegemônica de uma cultura midiática entre nós. A Rede Globo é o exemplo maior e emblemático desta efetivação de uma lógica de indústria cultural.

A transição – que ocorre com a passagem da dominância do circuito escolar-universitário para a hegemonia do circuito cultural midiático – pode ser exemplarmente acompanhada nos anos 60 através de uma de suas mais significativas manifestações culturais daqueles tempos: os famosos festivais da canção. Os festivais funcionam como mônadas, no dizer de Walter Benjamin, como momentos-síntese, que condensam as linhas de força mais representativas da dinâmica político-cultural que caracterizam um tempo e um espaço societários. A hipótese formulada aqui pode ser expressa da seguinte maneira: os festivais da canção, em sua trajetória social acontecida nos anos 60, expressam simbolicamente, em uma dimensão micro-social, a transição de dominâncias e hegemonias que se desenrola e que irá afetar toda a cultura e a sociedade no Brasil.

Os festivais são nitidamente oriundos, em seus primórdios, de uma dinâmica universitária e do movimento estudantil. Em um momento seguinte, talvez em seu instante mais criativo e contundente, eles possuem uma formatação híbrida, ao conjugarem componentes e estarem contaminados pelos dois circuitos assinalados: o escolar-universitário e o das mídias. Eles têm tanto uma conotação marcadamente político-cultural, porque inscrita nas disputas presentes na juventude e no movimento estudantil – tal como as posições político-estéticas polarizadas, simbolizadas e encarnadas por Geraldo Vandré e Caetano Veloso – quanto uma conformação de programa produzido e já subsumido a uma perspectiva televisiva. Os festivais da Record são os exemplares mais belos desta mestiçagem político-cultural. Por fim, o último momento da transição, representado pelos Festivais Internacionais da Canção da Rede Globo, já totalmente inscritos em uma lógica de indústria cultural: totalmente higienizados e destituídos de dispositivos políticos, estudantis e universitários⁵.

Sintomático que os festivais tenham sido espaços privilegiados para acolher o Tropicalismo, que em sua proposição político-estética assume expressamente um diálogo – crítico ou acrítico a depender dos interpretes – e uma vigorosa interação com os elementos, muitos deles emblemáticos, da nova cultura midiaticizada, instalada agora com efetividade no Brasil e já largamente difundida no mundo (BRANDÃO; DUARTE, 1990). Nesta perspectiva, o Tropicalismo acaba seguindo os passos do movimento pop, permitindo uma interlocução, sem preconceitos e inovadora, entre as tradições, a cultura brasileira e as culturas midiaticizadas, nacional e internacional⁶. Em síntese, assume a cultura midiática como um dado cultural do Brasil e do mundo a ser trabalhado e incorporado na sua produção artística.

Cultura midiática e Idade Mídia no Brasil

Realizada a transição, está implantada uma cultura midiática, capitaneada pela televisão. Por óbvio, a cultura midiática abrange também outros segmentos, nos quais as

⁵ Sobre os festivais, consultar Vilarino (1999).

⁶ Sobre o tropicalismo, ver Favareto (1979) e Calado (1997).

indústrias culturais se introduzem desde os anos 60. O exemplo da indústria editorial pode ser ilustrativo. A Editora Abril, a partir da década de 60, e depois a Abril Cultural, sua subsidiária, protagonizaram um verdadeiro *boom* editorial, através da publicação de inúmeras coleções, sempre em fascículos. Dentre elas, de intenso sucesso de público, podem ser citadas: a pioneira *A Bíblia mais Bela do Mundo*; *Conhecer*; *Medicina e Saúde*; *Ciência Ilustrada*; *Os Pensadores*; *Gênios da Pintura*; *Grandes Personagens de Nossa História*, primeira coleção totalmente elaborada no Brasil, quatro anos após a pioneira; *Bom Apetite*; *Grandes Compositores da Música Universal e Música Popular Brasileira*, estas duas últimas de fascículos e discos. Foram lançados: 118 séries de fascículos que venderam entre 1965 e 1975 de 250 a 500 milhões de exemplares. As tiragens de cada fascículo giravam em torno de centenas de milhares de exemplares semanais, mas alcançaram até um milhão de exemplares semanais, como aconteceu com *Bom Apetite*. Roberto Civita chegou a afirmar que: “Por produto, 1968, foi o ano de maior rentabilidade que esta empresa já conheceu” (PASSOS, 2003; POPOVIC, 2003).

Renato Ortiz (1988), em um capítulo sintomaticamente intitulado *O silêncio*, afirma que a presença do Estado autoritário naqueles anos “desviou’ em boa parte a análise dos críticos da cultura do que se passava estruturalmente na sociedade brasileira” (ORTIZ, 1988, p. 16). Para exemplificar este silenciamento, o autor recorre ao Ciclo de Debates do Teatro Casa Grande, que, em 1975, reuniu parcela significativa da intelectualidade nacional para discutir a cultura contemporânea no Brasil. O Ciclo debateu temas como: cinema, teatro, música popular, artes plásticas, televisão, jornalismo, literatura e publicidade (COLEÇÃO..., 1976). Ortiz, depois de constatar que as conclusões do Ciclo enfatizavam que se vivia “naquele momento dois tipos de cerceamento: o da censura e o da desnacionalização”, afirma taxativamente: “Esquece-se, desta forma, a presença de uma realidade sócio-econômica, que a meu ver reestrutura na década de 70 os parâmetros do panorama cultural: a consolidação de um mercado de bens culturais” (ORTIZ, 1988, p. 16).

Assim, a nova circunstância cultural brasileira caracteriza-se por um complexo processo que produz mutações significativas na sociabilidade e na cultura. Ela, simultânea e articuladamente, engloba: a inauguração de uma lógica de indústria cultural; a instalação

plena da cultura midiática; o desenvolvimento e/ou a implantação de diversas indústrias culturais; a consolidação de um mercado de bens culturais e, enfim, a passagem do Brasil para uma situação de Idade Mídia, na qual a sociabilidade passa a ser estruturada como sociedade em rede, no dizer de Castells (2000), e ser ambientada pela comunicação, em especial a midiaticizada.

Cabe retomar rapidamente reflexões desenvolvidas em texto anterior por um dos autores, buscando explicitar a noção de Idade Mídia (RUBIM, 2001) e, em seqüência, a adequação de seu uso para compreender o Brasil contemporâneo, formatado a partir dos anos 60. Para definir a sociedade, em geral, e a brasileira, em particular, como estruturada em rede e ambientada pela comunicação - portanto em situação de Idade Mídia -, podem ser acionados, sem um ordenamento hierárquico, alguns requisitos, que, em contextos societários determinados, servem como indicadores acerca da pertinência de se atribuir esta nomeação a uma dada sociedade. Tais variáveis devem ser consideradas, constatadas e mesmo mensuradas para possibilitar a caracterização de uma sociabilidade como Idade Mídia.

As variáveis que permitem denominar uma sociabilidade como Idade Mídia, anotadas no trabalho citado, abrangem inúmeras condições comunicacionais e culturais. A expansão quantitativa da comunicação, principalmente em sua modalidade midiaticizada, aparece como a primeira delas. Ela pode ser percebida através da quantidade dos meios disponíveis, tais como: tiragens e audiências, dimensão de redes em operação etc. A proliferação e a presença de uma diversidade de novas modalidades de mídias no espectro societário, observado através da complexidade da “ecologia da comunicação” (Abraham Moles), aparecem como uma segunda condição a ser preenchida. Em suma, temos ampliação quantitativa e qualitativa, diversidade de modalidades e existência de sistemas e de redes de comunicação.

A ampliação e a diversificação vertiginosas da produção, circulação, difusão e consumo de bens simbólicos causam uma expansão (percentual) dos trabalhadores da informação, da comunicação e da cultura no conjunto da população economicamente ativa;

geram um crescimento continuado do consumo desses bens e um aumento, também constante, dos gastos pessoais com os numerosos canais de comunicação, disponíveis para serem utilizados. A amplitude das redes de comunicação afeta o papel desempenhado pela comunicação midiaticizada como modo, crescente e majoritário, de estar e conhecer o mundo. O estudo do tempo que os meios ocupam no cotidiano das pessoas pode ser um dos dispositivos para aferir a importância desta nova maneira de experienciar a vida e construir a realidade.

Para além dessas dimensões mais precisas e mensuráveis, todo este complexo universo de redes comunicacionais provoca mudanças societárias significativas no mundo e no Brasil contemporâneos. Tais mutações estão associadas ao impacto das mídias sobre a produção da significação (intelectiva) e da sensibilidade (afetiva), sociais e individuais, bem como às mutações espaciais e temporais provocadas pelas redes, na perspectiva de forjar uma vida planetária e em tempo real. Elas decorrem da prevalência da mídia como esfera de publicização hegemônica, dentre os diferenciados “espaços públicos” socialmente existentes, articulados e concorrentes.

Todas estas transformações da contemporaneidade conformam uma sociabilidade, mundial e brasileira, que possibilita, em sintonia fina, a emergência de culturas midiáticas. Elas organizam e difundem comportamentos, percepções, sentimentos, ideários, valores etc. tornando-se os circuitos culturais hegemônicos, ao sobrepujar os outros circuitos culturais existentes, a exemplo do escolar-universitário, do popular etc. A partir dos anos 60, o Brasil realiza tal processo de transição. Nele a televisão teve um papel preponderante.

A televisão como dado cultural avassalador no Brasil

O Brasil foi um dos primeiros países do mundo a instalar a televisão comercial, em 1950, mas tal iniciativa foi mais um desejo e uma aventura de Assis Chateaubriand, que propriamente um investimento mercantil consistente. Para a inauguração da televisão, ele contrabandeou, de última hora, os poucos 200 aparelhos receptores então existentes no país.

O caráter elitista e improvisado que marca o início da televisão no Brasil se mantém durante os anos 50. Na década seguinte, a situação sofre mudança radical: o número de aparelhos em domicílios cresce quase cinco vezes e a televisão se transforma um empreendimento que exige administração gerencial e investimento capitalista. Isto acontece com a TV Excelsior e depois com a Rede Globo. Dos anos 60 em diante, o número de aparelhos de televisão se amplia. A tabela 1 ilustra a persistente popularização.

Tabela 1 – Proporção de domicílios com televisão no Brasil

	1960	1970	1980	1991
Norte	0,00%	8,00%	33,90%	48,70%
Nordeste	0,26%	6,00%	28,10%	47,20%
Centro-Oeste	0,34%	10,50%	44,70%	69,70%
Sudeste	12,44%	38,40%	74,10%	84,40%
Sul	0,80%	17,30%	60,50%	79,70%
BRASIL	4,60%	22,80%	56,10%	71,00%

Fonte: HAMBURGER (1998, p. 453), com base em dados dos Censos Demográficos de 1960, 1970, 1980 e 1991).

Dados da década de 90 demonstram como a dinâmica de expansão da televisão persiste. A tabela 2 mostra não só o impacto do Plano Real sobre o consumo de televisores, como também aponta o significativo lugar de objeto de desejo ocupado pela televisão e pelo rádio no imaginário de consumo da população brasileira, inclusive a excluída.

Tabela 2 – Evolução dos domicílios com rádio e televisão no Brasil dos anos 1990

	1993	1996	Novos domicílios atendidos
Rádio	85,1%	90,4%	4.472.470
Televisão	75,8%	84,3%	5.518.731
Televisão a cores	50,2%	69,2%	8.968.204

Fonte: MATTOS (2000, p.118), com dados do IBGE/PNAD.

Por certo, outros dados poderiam ser convocados para reiterar a argumentação, mas os citados até o momento bastam para o específico intento deste trecho: demonstrar a

universalização da televisão e mostrar o lugar privilegiado que a televisão ocupa no Brasil. Talvez aqui caiba apenas uma rápida complementação qualitativa através de uma sugestiva lembrança. Como bem fotografou Ondina Fachel (1986): a televisão está instalada em um lugar de destaque na sala da maioria da população brasileira. Analogia mais que perfeita para confirmar o espaço privilegiado que ela assumiu no país e em nossa cultura. Portanto, a televisão tem que ser levada a sério, como propõe Arlindo Machado.⁷

Para completar este panorama nacional sobre a televisão algumas constatações adicionais, por mais que possam parecer óbvias. A televisão e a cultura midiática não encontram no Brasil um outro circuito cultural estruturado que possa competir ou pelo menos neutralizar seu impacto. Diferentes de outros países – a exemplo da França e outras nações européias – o aparato escolar, a rigor, não se universalizou em nossas terras. Talvez só no século XXI se possa falar em alguma universalização, ainda assim precária. A escola pública – e também a privada – não têm qualidade e retém os estudantes apenas em uma jornada reduzida. No caso da pré-escola, os constrangimentos do processo de universalização são ainda maiores. Com isto, a televisão não só tem mais tempo de interação e apresenta mais atrativos, como também antecede a escola na vida das crianças. A vida escolar já é vivida com os estudantes (in)formados pela cultura televisiva, mas a escola teima, muitas vezes, em desconhecer este dado pedagógico essencial. A qualidade da educação, o tempo de permanência na escola, a passagem pela pré-escola, dentre outros dados educacionais, continuam sendo fatores que demarcam a fronteira da profunda exclusão social e cultural no Brasil.

A fragilidade do sistema escolar, que não assegura educação e cultura mesmo para aqueles que têm acesso aos seus bancos, produz um outro dado essencial para entender a singularidade do lugar ocupado pela televisão no Brasil, em relação inclusive a outras mídias como as impressas. Sem a universalização do domínio da leitura e da escrita – propiciada em todos os países pela universalização de uma escola com o mínimo de qualidade – o Brasil transitou, de modo acelerado, de uma cultura predominantemente oral

⁷ Sobre o tema, ver Machado (2000).

para uma cultura de hegemonia audiovisual, sem o *intermezzo* e a contribuição de uma cultura escrita, ampla e difundida.

A exclusão cultural que interdita a leitura e a escrita regulares ainda hoje é visível e marcante. Basta lembrar que, para uma população de aproximadamente 180 milhões de habitantes, nossos maiores jornais diários não atingem individualmente tiragens de 350 mil exemplares. Em 2003, a circulação média dos três maiores jornais brasileiros, respectivamente, foi: 315 mil (*Folha de São Paulo*), 253 mil (*O Globo*) e 243 mil exemplares diários (*Estado de São Paulo*). Em 1995, os três jornais, em conjunto, chegaram a ter uma tiragem de 1 milhão e 400 mil exemplares, quase o dobro da existente em 2003 (AJZENBERG, 2004).

A ausência de uma cultura escrita massificada decorre da falta de condições educacionais, mas também sociais e econômicas, decorrentes da alta concentração de renda, da ampla desigualdade social e do forte índice de desemprego. Ela concentra poder e potencializa a repercussão societária da televisão aberta e do rádio, transformando-os em fontes de informação e de entretenimento privilegiadíssimas. Por exemplo: sondagens realizadas, com amostragens nacionais, em 1989 e em 1990 indicavam que 86% e 89% dos entrevistados, respectivamente, tomavam conhecimento dos acontecimentos políticos através da televisão (MOISÉS, 1992). Mesmo o rápido avanço atual da Internet como fonte de informação da população encontra barreiras na falta de educação escrita, além daquelas provenientes da desigualdade sócio-econômica.

A aparente gratuidade da televisão aberta, mantida fundamentalmente pela publicidade e paga de modo indireto através do consumo dos produtos anunciados, é outro dado relevante para explicar a universalização da televisão do Brasil, em um país marcado pela intensa desigualdade e exclusão sociais. A “gratuidade”; a cultura audiovisual, que prescinde da leitura e escrita; a magia da conjugação entre imagem e som e o encantamento de estar “conectado”, ainda que passivamente, com o mundo, por certo, são fatores determinantes para compreender este poder de disseminação da televisão por praticamente a totalidades dos lares brasileiros.

A singular situação da televisão no Brasil para a sua compreensão satisfatória reivindica que outra característica seja reconhecida e discutida. Trata-se da presença hegemônica de uma produção audiovisual nacional em sua programação, inclusive em seu horário nobre. Diferente do que ocorre em muitos países, mesmo entre alguns ditos desenvolvidos, a programação televisiva não foi tomada por produtos oriundos da cultura midiática norte-americana. Ainda que elaborada pelas próprias emissoras e, muitas vezes, em rede nacional, a programação televisiva manteve-se com alto grau de produção brasileira. As telenovelas, os programas de variedades, musicais e de entrevistas e debates, além dos telejornais e programas de esportes são majoritariamente produtos nacionais. Somente na área dos filmes a preponderância hollywoodiana é visível, como acontece, aliás, no nosso mercado cinematográfico, ocupado aproximadamente por 80% de filmes estrangeiros, na quase totalidade películas norte-americanas. Isto considerando a melhoria da situação nos últimos anos em decorrência dos sucessos recentes do “cinema da retomada”, para usar a expressão popularizada por Nagib (2002)⁸, e da política vigente voltada para estimular o crescimento do cinema nacional.

Esta produção nacional - de conteúdos e mesmo de formatos - comporta também graves problemas, em especial, devido ao funcionamento quase integral da televisão brasileira em rede. Isto ocasiona uma enorme concentração da produção nas emissoras “matrizes”, localizadas no Rio de Janeiro e em São Paulo. Em consequência desta situação, dois problemas correlatos emergem em toda sua amplitude. Os bens simbólicos transmitidos são fortemente dependentes das constelações culturais, carioca e paulista, que se impõem e sobrepõem à multiplicidade de culturas regionais existentes no país. Para além do prejuízo desta hegemonia imposta sobre as regiões culturais diversas, a circunstância de que as televisões produzam praticamente toda a sua programação, com exceção significativa dos enlatados norte-americanos, configura uma cultura midiaticizada monopolizada que não expressa de modo algum a rica diversidade cultural existente no Brasil, pois ela está interdita de se manifestar publica e democraticamente no espaço midiático: dimensão simbólica essencial da contemporaneidade.

⁸ Sobre o período, consultar também Oricchio (2003).

Papel singular desempenha a telenovela para a manutenção e consolidação de uma cara nacional para a televisão. A reinvenção brasileira da telenovela, através da conjunção entre as tradições estrangeiras deste gênero televisivo e aquelas surgidas na dramaturgia nacional, possibilitou – através de um planejamento e de um gerenciamento empresarial, inclusive com o recurso às sondagens – a conformação de uma estrutura de grade de programação, na qual as telenovelas têm uma responsabilidade vital como mantenedoras da audiência. A telenovela, para além de seu sucesso singular, ancora uma estrutura de programação, sem a qual dificilmente a televisão manteria e garantiria uma produção nacional. Nesta perspectiva, a telenovela tem sido um componente estrutural e imprescindível do modo brasileiro de fazer televisão⁹.

A música tem uma função similar em relação ao rádio. Ela, em boa medida, assegura que as emissoras de rádio tenham também uma programação com um traço nacional. Nada casual que estes dois tipos de bens culturais – telenovela e música –, que tanta popularidade tem na sociedade e na cultura brasileiras, sirvam de âncora para manutenção e produção de uma programação nacional da televisão e do rádio. Mas, ao afirmar isto, não se pode esquecer que o rádio e a televisão, em sentido inverso, foram canais essenciais para a popularização da música e da telenovela brasileiras. Sem este diálogo, de mão dupla, entre cultura e comunicação, o panorama certamente seria bem diverso do aqui traçado.

A música, na constelação cultural brasileira, tem um lugar de destaque. A nossa sociedade é embalada pelo ritmo musical e tem uma memória, individual e coletiva, devedora e organizada pela música. A música deixa marcas profundas na vida e no imaginário brasileiros, funcionando como um dos elementos de maior poder de integração nacional. Antes de seguir adiante, cabe lembrar outro dado diferenciador da circunstância nacional: aqui a televisão tem sua construção realizada a partir da experiência do rádio e

⁹ A bibliografia sobre a telenovela no Brasil é vasta. Citamos a seguir apenas alguns destes estudos: Fernandes (1982); Rubim, L. (1991); Ortiz; Borelli; Ramos (1989); Mattelart, A.; Mattelart, M. (1989); Costa (2000); Alencar (2002).

não do cinema, com ocorreu em diversos países. A música, não resta dúvida, tem a ver com esta dívida da televisão com o rádio.

A narrativa dramática da telenovela, como experiência cultural também acessível a toda a população, não só transporta seus telespectadores para mundos imaginários e lugares de fantasia. Em uma configuração nacional, a telenovela tem falado, subsidiariamente é verdade, da atualidade, de temas sociais, selecionados, que de algum modo afligem a população. Mais que isto, a telenovela pedagogicamente expõe comportamentos sociais que podem ser apreendidos por adolescentes, adultos e velhos e sentimentos que podem ser compartilhados por todos. Ela funciona como narrativa pública de experiências e vivências, com estoque de informações, emoções, sensibilidades, valores, atitudes colocadas à disposição e para uso da sociedade. Este caráter pedagógico e ideológico da televisão não deve ser esquecido.

A persistência e o desenvolvimento de uma produção audiovisual nacional majoritária na televisão – que tem em seu cerne a telenovela –, e a hegemonia da música brasileira no mercado fonográfico nacional, para além de quaisquer atitudes “patrioteiras”, apresentam-se como fatores cruciais para o debate da relação entre mídia, no caso a televisão, e políticas culturais. A presença destes conteúdos e formatos nacionais está a exigir uma formulação e uma ação de políticas públicas de cultura.

Cultura midiática, televisão e identidade

O relacionamento entre cultura e identidade, em variadas modalidades, tem sido enfatizado por inúmeros investigadores de diversas áreas de estudo. Aliás, entre os pesquisadores existe praticamente um consenso acerca do papel identitário da cultura. Não por acaso, uma parcela significativa dos estudos da cultura situam-se exatamente no registro da construção de identidades sociais e culturais, de variados tipos.¹⁰

¹⁰ Por exemplo, ver Bayardo e Lacarrieu (1998) e Barker (1999).

A cultura, por exemplo, tem um lugar essencial na conformação das identidades nacionais. Tal atitude, entretanto, pode estar orientada por horizontes teóricos e ideários muito desiguais, indo desde o reconhecimento da importância destes construtos identitários para um povo ou nação até, em registro totalmente contraposto, o desvelar da construção do nacional como mera ideologia que pretende esconder interesses dominantes, provenientes de setores minoritários da população. Dentre os autores de maior destaque nas análises da identidade nacional comparece Anderson (1983) com sua noção de “comunidades nacionais imaginadas”.

Sem grande dificuldade, pode-se sugerir que a construção das identidades nacionais na Europa guardou íntima relação com a conformação das línguas e literaturas de determinadas nações. Como desconhecer a importância de Cervantes para a Espanha, de Camões para Portugal, de Goethe para a Alemanha, de Shakespeare para a Inglaterra, de Dante para a Itália, de Balzac para a França, para ficar apenas nos exemplos da Europa ocidental. Sem dúvida, a literatura tem importante papel para forjar as identidades nacionais, em especial nos países em que a língua escrita se universalizou e se tornou um patrimônio dos cidadãos.

Mas a relação entre cultura e identidade não pode ficar restrita à parcela letrada da cultura, mesmo que não se possa esquecer ou subestimar sua importância, inclusive em países com problemas graves de difusão e domínio da leitura e da escrita. Apenas queremos assinalar que outras modalidades de cultura também têm sido acionadas para a construção de identidades, sejam elas gerais, sejam elas nacionais. Para se tomar apenas um exemplo emblemático, pode-se lembrar com facilidade do caso norte-americano. Nos Estados Unidos, o cinema, em particular, instalado em Hollywood teve e tem um inequívoco lugar privilegiado na configuração e na difusão, interna e externa, do *american way of life*. Cabe inclusive perguntar se a identidade nacional norte-americana seria a mesma ou até possível sem a potente indústria de cinema de Hollywood?

No caso brasileiro, parece razoável supor que nem a literatura, nem o cinema tiveram tal proeminência na tarefa de construção da identidade nacional. A literatura pelas

dificuldades da cultura letrada, principalmente. O cinema pelos constrangimentos que sofreu, inclusive pela concorrência desigual com o cinema de Hollywood, para se transformar em uma indústria plenamente instalada e enraizada na sociedade e no imaginário nacionais. Sem poder acionar as potências da literatura e do cinema – certamente diferenciadas, mas eficazes, em outros contextos – a alternativa parece ter sido a televisão. Dizer isto não significa olvidar o poder da língua comum, nem o do rádio na integração de nosso território e universo simbólico. Mas, se a língua compartilhada e o rádio, através da música, aplainaram o trajeto, ele parece ter sido forjado em toda sua inteireza pela televisão.

O filme *Bye, bye Brasil*, de Cacá Diegues, nesta perspectiva torna-se emblemático. A viagem da Caravana “Holiday”, com suas mambembes atrações, foge sempre das espinhas de peixe (antenas) da televisão, denunciando a invasão territorial e simbólica promovida por esta mídia, que vai integrando o Brasil através de sua teia física e simbólica em plena Ditadura Militar. Junto com a televisão, seu carro chefe: a telenovela segue narrando o Brasil, ainda que através de mediações problemáticas. A televisão e a telenovela vão configurando um outro país, integrado, ao qual a caravana e muitos brasileiros vão ter que se adequar para existir e viver.

Para além das identidades nacionais, na atualidade a televisão está conectada a uma gama complexa de identidades possíveis de serem desenvolvidas. Barker, em seu estudo sobre a televisão a considera como um recurso de primeira ordem para a construção dos projetos identitários na contemporaneidade. Múltiplas possibilidades de identidades emergem com força em tempos de globalização, ou melhor, de glocalização, porque conjugando fluxos e estoques globais e locais, colocados em contato e negociação pelas redes de comunicação contemporâneas. O tema das identidades culturais, da globalização e da televisão tem estimulado o aparecimento de inúmeros estudos que buscam enfrentar o complicado conjunto de questões, que estão associadas à temática, tais como: a linguagem, a língua, os gêneros, as etnias, as políticas culturais etc.

Televisão e políticas culturais no Brasil

Uma das características mais marcantes das políticas culturais no país tem sido a exclusão do tema da mídia. A televisão e a cultura midiática, apesar de sua potência, encontraram grande resistência de parcelas significativas da intelectualidade e das elites. Tal atitude operou de diferentes modos e decorreu de motivações muito distintas. A rigor, melhor pensar em resistências, no plural, pois elas assumiram desiguais configurações e conseqüências. As resistências podem, por exemplo, provir de um preconceito cultural; de uma postura ideológica; de uma incompreensão acerca das mutações em curso na sociabilidade ou de uma conjunção destes e de outros fatores díspares.

O preconceito contra a televisão vista como destituída de dimensão e dignidade culturais, não pode ser desprezado. Uma má vontade, explícita ou implícita, foi, muitas vezes, a atitude com que foi encarada a televisão e a cultura das mídias. Televisão não era tomada definitivamente como cultura, mas apenas como entretenimento, diversão, lazer e mesmo assim com muitas ressalvas, quanto a sua qualidade e papel civilizador. Uma atitude crítica contra a televisão, encarada tão somente como instrumento do capitalismo, também não deve ser descartada para alguns setores sociais. Neste caso, a televisão pode ser reduzida a um mero aparelho ideológico ou a um simples vetor de mercantilização da cultura. A crítica ao capitalismo transforma-se, sem mais, em crítica contra a televisão, máquina de manipulação de ideologias e de mercadorias. Por fim, sem intenção de formular uma lista exaustiva de motivações, o enfrentamento contra a televisão pode decorrer da incapacidade de acompanhar as mutações culturais em curso na sociedade que adentra a uma situação de Idade Mídia.

Cabe superar tais atitudes, sem, no entanto, desconhecer que suas críticas também devem ser consideradas, pois recuperam, ainda que de maneira unilateral, aspectos e dimensões da televisão que exigem tratamento, tal como a potente subsunção da televisão a uma lógica capitalista e global e seu papel ideológico para a manutenção do poder da burguesia. Apenas se pretende ressaltar que tais atitudes, muitas vezes, inviabilizaram que a televisão fosse tomada como tema fundamental para as políticas culturais no Brasil, o que produz uma distorção essencial no enfrentamento da questão aqui analisada. Feitas estas

observações primeiras, pode-se, em uma rápida panorâmica, olhar as (des)conexões existentes na trajetória da televisão e das políticas culturais.

Como a televisão e a cultura midiática se desenvolvem em plenitude durante a Ditadura Militar, um rápido retorno aos tempos de chumbo deve ser realizado. Diferente do que aparece sempre como mais visível e assinalado: a censura, a repressão, a perseguição e a destruição não esgotam completamente a política cultural implementada pelo Regime Militar. O horror certamente não pode e nem deve ser esquecido. Mas uma análise rigorosa do período autoritário não pode deixar de encarar a outra face do regime: a elaboração de uma política cultural – autoritária, mas existente e efetiva¹¹ – e a política deliberada de incentivo ao desenvolvimento das telecomunicações e das comunicações, possibilitando a consolidação e a hegemonia de uma cultura midiática, mesmo que submetida à censura, à repressão e ao controle autoritário.

Em relação à televisão, a ditadura centrou sua atenção e atuação em dois aspectos, aliás, coerentes com a Doutrina de Segurança Nacional, então vigente: prover condições econômicas, tecnológicas e infra-estruturais para a sua expansão, visando a “integração nacional”, e exercer profundo controle sobre seus conteúdos, através da censura e de todo tipo de pressões. Assim, conjuga-se repressão governamental e ênfase em fazer do Ministério das Comunicações, criado pela Ditadura Militar, quase um provedor de infraestrutura de telecomunicações para a iniciativa privada. A televisão era quase desconsiderada como produtora de conteúdos e formatos pelo Ministério. Apenas episodicamente durante a gestão do ministro Quant de Oliveira se esboçou um relatório atento à violência e ao sexo na televisão, logo esquecido.

A abertura democrática – realizada, mais uma vez, através de uma transição pelo alto – e a “Nova República” do governo Tancredo Neves / José Sarney promoveram uma significativa alteração no Ministério das Comunicações e na sua conexão com a televisão. Não que tenha sido esboçada qualquer relação entre políticas de cultura e televisão. Tanto o Ministério das Comunicações continuava desatento aos produtos televisivos, quanto o

¹¹ Sobre o tema, consultar Miceli (1984) e Rubim (2007).

recém-criado Ministério da Cultura, instalado em 1985. A censura política do Estado deixa de se realizar, restando apenas os constrangimentos empresariais típicos do regime capitalista. Mas a gestão de Antonio Carlos Magalhães, deslocando o perfil “técnico” prevalecente, introduziu no Ministério um componente altamente “político”: transformou as concessões de televisão e de rádio em moedas de troca do jogo político-parlamentar.¹² A conexão entre televisão e políticas culturais continuava inexistente, mas a relação entre televisão e política ganha nova conotação, dentro da tradição política patrimonialista das elites brasileiras.

O Governo Fernando Henrique Cardoso, nos seus oito anos de mandato, não modificou este panorama ao continuar a alijar a televisão das políticas culturais implementadas. A gestão Francisco Weffort foi, em grande medida, orientada pelo mote *Cultura é um bom negócio*, título emblemático do pequeno livreto produzido e distribuído pelo Ministério para incentivar o “mercado” a investir na cultura (MINISTÉRIO DA CULTURA, 1995). Aliás, uma das faces mais nítidas e também um dos pontos mais criticados do Ministério da Cultura foi exatamente a quase substituição do Estado pelo mercado como agente das políticas culturais vigentes. A atenção ao “mercado” e à dimensão mercantil da cultura fez com que muitas áreas e questões significativas para uma política cultural de maior envergadura fossem esquecidas (CASTELLO, 2002).

No tocante aos aspectos que interessam a este texto, a intervenção do Ministério da Cultura se restringiu a duvidosa opção de criar um canal de televisão por assinatura, o canal Cultura e Arte. Fora esta intervenção pontual e, no mínimo, polêmica, uma área privilegiada na gestão Weffort deve ser comentada: o cinema e o esforço de retomada da produção do cinema brasileiro. Neste caso, além de dar continuidade e consolidar a Lei do Audiovisual, o governo FHC criou a Agência Nacional de Cinema (ANCINE), em uma clara demonstração que pretendia encarar a questão do cinema de uma perspectiva de mercado, como indústria cultural, ainda que com base apenas nas problemáticas leis de incentivo. Mas a separação entre cinema e audiovisual, inclusive a televisão, foi mantida. A

¹² Sobre ACM e sua passagem no Ministério das Comunicações, consultar Almeida (1999), Motter (1994a, 1994b) e Rubim, A. (2001).

política desenvolvida se voltou – com certa eficácia – para o cinema, quando no Brasil já existiam formulações no sentido de pensar a questão do audiovisual em uma perspectiva mais integradora, na qual cinema, vídeo, televisão e outras modalidades audiovisuais pudessem estar associados em um momento crescente de convergência entre as tecnologias da comunicação, das telecomunicações e da informática. Uma alternativa, orientada por este horizonte, foi tentada, não sem dilemas, por exemplo, no Ceará.¹³

A situação configurada no início do Governo Lula, em especial, pela atuação do Ministério da Cultura, parece bastante diversa. A articulação entre cultura e comunicação já aparece assinalada no documento *A imaginação a serviço do Brasil*, espécie de programa cultural de Lula (COMISSÃO..., 2002). A atuação deliberada do Ministério trazendo a ANCINE da Casa Civil para sua responsabilidade e, em especial, a proposição de sua transformação, não concretizada, em Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (ANCINAV), juntamente, com o conjunto de argumentos – presentes em falas, discursos e documentos – que buscam justificar tais atitudes, deixam vislumbrar uma outra cena para as relações, não só entre cinema e televisão, mas principalmente entre televisão e políticas culturais no Brasil.

O cenário para este novo momento de interações está construído. O Ministério da Cultura tem manifestado uma clara consciência – através de vários pronunciamentos do Ministro Gilberto Gil, com destaque para aqueles realizados na sua posse, na Câmara dos Deputados e no Senado Federal – da necessidade do Estado intervir na cultura, através da construção de políticas públicas de cultura, e da importância da produção audiovisual, incluindo a televisão, no mundo contemporâneo (GIL, 2003). A intenção do Ministério para formular uma política cultural que contemple o audiovisual e a televisão parece evidente.

Exemplos marcantes desta postura foram duas iniciativas no Ministério nas áreas do audiovisual e da televisão. A primeira, a tentativa de transformar a ANCINE em ANCINAV, infelizmente malograda em decorrência dos potentes interesses e da atitude

¹³ Ver Barbalho (2004).

autoritária da mídia em não aceitar nenhuma regulação no Brasil e, secundariamente, da inabilidade política da condução do Ministério, que subestimou estes potentes interesses.

A segunda, parcialmente bem sucedida, diz respeito à luta, ao debate e à implementação da televisão pública, consubstanciada na Empresa Brasil de Comunicação e na TV Brasil. Em todo este processo, a atitude do Ministério foi bastante ativa, assumindo muitas vezes a liderança do processo, diante da postura, no mínimo, refratária do Ministério das Comunicações. Não por acaso, os textos de apresentação da publicação relativa ao relevante I Fórum Nacional de Televisões Públicas são escritos, nesta ordem, por: Gilberto Gil, Ministro da Cultura; Orlando Senna, Secretário do Audiovisual do Ministério da Cultura; Eugênio Bucci, Presidente da RADIOBRAS, e Beth Carmona, Presidente da TVE – Rio de Janeiro (I FÓRUM...,2006). Antes disto, o Ministério, através da Secretaria do Audiovisual, já vinha trabalhando com as televisões públicas, em programas como, por exemplo, o interessante DOC-TV. Tal projeto, já realizado em várias versões, contempla a produção e a distribuição de documentários e envolve as televisões públicas, o Ministério e a comunidade de criadores audiovisuais (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2006). Nesta perspectiva, a escolha de Orlando Senna, então Secretário de Audiovisual do Ministério, para o cargo de diretor executivo da TV Brasil nada teve de surpreendente.

A sociedade civil e a intelectualidade também parecem entender que a televisão não pode estar ausente em uma política cultural que se pretenda democrática. As emissoras de televisão começam a assumir o debate da importância cultural e do caráter imprescindível de um conteúdo nacional, ainda que se mantenham refratárias e inimigas de qualquer regulação social e democrática sobre o setor audiovisual. O Seminário Conteúdo Brasil, organizado pela Rede Globo, no Teatro da PUC – SP em 12 de fevereiro de 2004 e a publicação de seus resultados na imprensa acenam nesta perspectiva (CONTEÚDO..., 2004). No parlamento, a lei de regulamentação da produção regional em televisão está tramitando, ainda que com os entraves de sempre e as pressões contrárias das grandes cadeias de televisão. Sua aprovação, sem dúvida, dará novos contornos para a produção audiovisual e para a cultura brasileira, ao criar possibilidade de acesso das culturas regionais ao circuito midiático, reforçando a diversidade cultural nas telas brasileiras.

Enfim, os principais atores estão convocados para o jogo, muitas vezes desigual, que reúne televisão e políticas culturais.

O ambiente, entretanto, não está imune aos perigos. O jogo envolve grandes interesses econômicos, políticos e culturais. Se ele não for bem jogado, com base em regras públicas e democráticas, o interesse público corre sérios riscos. O jogo é complexo. A relação entre televisão e políticas culturais envolve necessariamente a articulação entre intervenções públicas e privadas e convoca múltiplos atores para sua realização em grande estilo: o Estado; as empresas privadas de televisão e de audiovisual; o parlamento; os partidos políticos; a sociedade civil; os movimentos sociais; a intelectualidade e os artistas e os consumidores de cultura, em especial midiática. Em síntese, a rigor toda a nação está convocada para jogo fundamental para a cultura brasileira e para a inserção do Brasil em um mundo cada vez mais glocalizado.

Alguns perigos começam a se manifestar de modo nítido. Todos nós concordamos que é indispensável articular cinema e televisão hoje, como aliás demonstra a experiência internacional, mas a relação entre estas duas modalidades de audiovisual não pode ser tão somente de invasão de uma modalidade pela outra, sem mais. A formatação televisiva não pode invadir as telas de cinema e, como que, seqüestrá-la, através de empreendimentos comerciais leves, que apenas transpõem e impõem atrações e modos de narrar televisivos para o cinema. Tão grave quanto isto, parece ser a redução do debate ao seu aspecto apenas financeiro e, pior que isto, à arcaica busca de incentivos de toda ordem. Ler na imprensa a manchete que a *Globo quer incentivo estatal para produzir* (MATTOS, 2004), inclusive telenovelas, é inquietante e mesmo desalentador. Este texto não comporta preconceitos contra a telenovela, mas uma política cultural democrática pressupõe, de imediato, que os bens e as instituições culturais sejam diferenciados, conforme sua inserção social e interação que aciona no mercado, e, em consequência, tenham tratamentos diferenciados e adequados aos lugares distintos que ocupam. Esta é uma regra básica da democracia.

Inquietante também é a atitude do Governo Lula, marcada por, no mínimo, uma enorme ambigüidade na sua relação com a mídia. Ela, quase sempre, tem se colocado

sistematicamente em oposição ao governo, como acontece nas eleições da reeleição de Lula (LIMA, 2007). O Governo, entretanto, oscila entre uma submissão aos interesses da mídia, como no caso da escolha do modelo japonês de televisão digital, defendido pela grande mídia, e uma busca, ainda que bastante tímida, de novas alternativas de comunicação, como exemplificado com a criação da TV Brasil.

Os riscos são muitos, mas a vida se faz de riscos. Ou como escreveu o poeta Maiakoviski (1967, p. 94): “o difícil é a vida e seu ofício”. O debate e o embate estão colocados para a sociedade brasileira. Seus lances são alvissareiros, mas também perigosos. Não cabe no presente texto acompanhar este significativo debate e embate em curso. Nossa pretensão foi outra: colocar a questão em um contexto de sentido e chamar a atenção para os desafios que estão inscritos nas decisões que devem ser tomadas no presente. Estamos, não resta dúvida, no possível limiar da superação dos descompassos entre televisão e políticas culturais. Isto pode ser muito promissor, pois implica na superação de uma situação problemática para nossa cultura. A resolução do debate e as medidas a serem tomadas são vitais para o presente e o futuro do Brasil, de sua cultura, de nossa democracia e de nossa inserção no contexto das nações do mundo glocalizado. Ou seja, como diria o poeta: “É preciso arrancar alegria ao futuro.”

Referências

- AJZENBERG, Bernardo. Transparência. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 22 fev. 2004. Coluna do Ombudsman, p. A-6.
- ALENCAR, Mauro. **A Hollywood Brasileira**: panorama da telenovela no Brasil. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2002.
- ALMEIDA, Gilberto. **Política e Mídia na Bahia (com ênfase na trajetória de Antonio Carlos Magalhães)**. 1999. 625 p. Tese de doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.
- ANDERSON, Benedict. **Imagined Communities**: reflections on the origins and spread of nationalism. Londres: Verso, 1983.

BARBALHO, Alexandre. **A Modernização da Cultura. Políticas para o Audiovisual nos Governos das Mudanças (Ceará, 1987-1998)**. 2004. 413 p. Tese de doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

BARKER, Chris. **Television, Globalization and Cultural Identities**. Buckingham; Filadélfia: Open University Press, 1999.

BAYARDO, Rubens; LACARRIEU, Mônica (Org.). **Globalización e Identidad Cultural**. Buenos Aires: Ediciones Ciccus, 1998.

BRANDÃO, Antonio Carlos; DUARTE, Milton Fernandes. **Movimentos Culturais de Juventude**. São Paulo: Moderna, 1990.

CALADO, Carlos. **Tropicália**. A História de Uma Revolução Musical. São Paulo: Editora 34, 1997.

CASTELLO, José. Cultura. In: LAMOUNIER, Bolívar; FIGUEIREDO, Rubens (Org.). **A Era FHC**. São Paulo: Cultura, 2002, p. 627-656.

CASTELLS, Manoel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000 (v. 1).

COLEÇÃO opinião. **Ciclo de Debates do Teatro Casa Grande**. Rio de Janeiro: Editora Inúbia, 1976.

COMISSÃO NACIONAL DE CULTURA DO PARTIDO DOS TRABALHADORES. **A Imaginação a Serviço do Brasil**. São Paulo: Partido dos Trabalhadores, 2002.

CONTEÚDO Brasil: o Debate Continua. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 20 fev. 2004, p. B-8 e B-9.

COSTA, Cristina. **A Milésima Segunda Noite**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2000.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Cultura e Sociedade na Brasil**. Rio de Janeiro, DP&A, 2000.

FACHEL, Ondina. **A Leitura Social da Novela das Oito**. Petrópolis: Vozes, 1986.

FAVARETO, Celso. **Tropicália**. Alegoria, Alegria. São Paulo: Kairós, 1979.

FERNANDES, Ismael. **Telenovela Brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

GIL, Gilberto. **Discursos do Ministro da Cultura Gilberto Gil**. Brasília, Ministério da Cultura, 2003.

HAMBURGER, Esther. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (Org.). **História da Vida Privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 453.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2003**. Rio de Janeiro, IBGE, 2006.

LIMA, Venício de A. (org.) **A Mídia nas Eleições de 2006**. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

MAIAKOVSKI, Vladimir. A Serguei Iessiênin. In: _____. **Poemas**. Tradução de Haroldo de Campos. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1967, p. 94.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **O Carnaval de Imagens: a ficção na TV**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

MATTOS, Laura. Globo quer incentivo estatal para produzir. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 18 fev. 2004, p. E-5.

MATTOS, Sérgio. **A Televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)**. Salvador: Editora PAS/Editora Ianamá, 2000, p.118.

MICELI, Sérgio (Org.). **Estado e Cultura no Brasil**. São Paulo: Difel, 1984.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Cultura é um Bom Negócio**. Brasília, MINC, 1995.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Programa Cultural para o Desenvolvimento do Brasil**. Brasília, Ministério da Cultura, 2006.

MÓISES, José Álvaro. Democratização e Cultura Política de Massa no Brasil. **Lua Nova**. São Paulo, v. 26, p. 24, 1992.

MOTTER, Paulino. **A Batalha Invisível da Constituinte: interesse privado versus caráter público da radiodifusão no Brasil**. 1994. 324p. Dissertação de Mestrado em Ciência Política, Universidade de Brasília.

MOTTER, Paulino. O Uso Político das Concessões das Emissoras de Rádio e Televisão no Governo Sarney. **Comunicação & Política**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 89-115, ago./nov. 1994 .

NAGIB, Lúcia. **O Cinema da Retomada**. São Paulo: Editora 34, 2002.

ORICCHIO, Luiz Zanin. **Cinema de Novo: um balanço crítico da retomada**. São Paulo: Estação Liberdade, 2003.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia; RAMOS, José Mário. **Telenovela: História e Produção**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira: cultura brasileira e indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1988, p. 16.

PASSOS, Maria Helena. A Bíblia confirmou a fé de Victor. **Leitura**. São Paulo, v. 21, n. 7, p. 40, jul. 2003.

POPOVIC, Pedro Paulo. No tempo em que a cultura dava muiiiiiiiito dinheiro. **Leitura**, São Paulo, v. 21, n. 7, p. 44-58, 2003.

I FÓRUM NACIONAL DE TELEVIÕES PÚBLICAS. **Diagnóstico do Campo Público da Televisão**. Brasília, Ministério da Cultura, 2006.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. ACM: Poder, Mídia e Política. **Comunicação & Política**. Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 107-128, maio-ago. 2001.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Dilemas para uma Política Cultural na Contemporaneidade. In: LEITÃO, Claudia. **Gestão Cultural: significado e dilemas na contemporaneidade**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2003, p. 89-104.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. La contemporaneidad como edad-media. In: LOPES, Maria Immacolata; NAVARRO, Raul (Org.) **Comunicación: campo y objeto de estudio**. México: ITESO, 2001, p. 169-181.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas Culturais no Brasil Atual. **A Tarde**. Salvador, 21 nov. 2002, A Tarde Cultural, p. 2-3.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas Rubim e BARBALHO, Alexandre. **Políticas Culturais no Brasil**. Salvador, EDUFBA, 2007, p.11-36.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas Culturais do Governo Lula / Gil: Desafios e Enfrentamentos. In: **Intercom. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v.31, n.1, p.183-203, jan. / jun. 2008.

RUBIM, Antonio Albino Canelas e RUBIM, Lindinalva. Televisão e políticas culturais no Brasil. In: **Revista USP**. São Paulo, (61): 16-28, março / abril / maio de 2004.

RUBIM, Lindinalva Silva Oliveira. Música, Telenovela e Brasilidade. **A Tarde**. Salvador, 21 nov. 2003, A Tarde Cultural, p. 9.

RUBIM, Lindinalva Silva Oliveira. Telenovela, a Imagem da Televisão. **Textos de Cultura e Comunicação**, Salvador, v. 26, p. 67-87, jul. 1991.

SODRÉ, Muniz. **O Monopólio da Fala**. Petrópolis: Vozes, 1977.

VENTURI, Toni. Defesa do conteúdo brasileiro aproxima cinema e TV. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 24 fev. 2004, p. E-2.

VILARINO, Ramon Casas. **A MPB em movimento**: música, festivais e censura. São Paulo: Olho D'Água, 1999.