

Políticas Culturais no Brasil e o projeto de TV Pública - pressupostos para uma análise

Renata de Paula Trindade Rocha de Souza¹

Resumo: Este artigo tem como objetivo discutir aspectos teóricos inerentes às relações entre as políticas culturais e a televisão pública no Brasil contemporâneo. Para tanto, busca-se compreender as vicissitudes da relação entre cultura, políticas culturais e comunicação, realizando a aproximação de um conceito de televisão pública que contemple, não apenas as características básicas de um Serviço de Radiodifusão Pública, mas também os pressupostos de uma televisão cultural. Ainda nesse sentido, é traçado um breve panorama das políticas culturais para o audiovisual no Brasil, a fim de subsidiar uma futura reflexão sobre a criação e implementação da Empresa Brasil de Comunicação e da TV Brasil.

Palavras-chave: cultura. comunicação. políticas culturais. televisão pública. Brasil.

No Brasil, a televisão está presente na quase totalidade dos lares, representando a principal fonte de entretenimento, informação e cultura da maioria da população. O importante papel cultural desempenhado por este meio de comunicação na sociedade brasileira contemporânea nos leva, em certo sentido, a fazer uma apropriação da ideia de Benedict Anderson, quando pensa na literatura como formatadora de uma *comunidade imaginada*. Toma relevo, portanto, a necessidade de compreender a televisão em seu viés cultural.

As relações entre TV e cultura no país já foram tratadas em investigações empreendidas por renomados estudiosos do país e do mundo. Tais estudos, por suas conclusões, tornam patente a necessidade da construção de políticas para a cultura no país que contemplem este meio de comunicação de forma efetiva. No entanto, em que pese a importância desta imbricação, os estudos sobre as políticas culturais no país caracterizam-se pelo silenciamento quanto ao tema da televisão, o que, por si, já emerge como importante justificativa para a pesquisa proposta.

Por outro lado, o rico contexto, em âmbito federal, de propostas, projetos e ações na área cultural, a partir da nomeação de Gilberto Gil para o Ministério da Cultura em 2003 é, certamente, um importante impulsionador para a inclusão do tema da televisão nos debates sobre as políticas culturais no país. Tal iniciativa representa um grande

¹ Renata Rocha é doutoranda do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (Pós-Cultura) da Universidade Federal da Bahia (Ufba), com bolsa da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (Fapesb). Pesquisadora do Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (Cult) da UFBA. Email: renataprocha@gmail.com

passo para o reconhecimento deste meio de comunicação como um aparato eminentemente cultural.

A opção pelo tema da televisão pública e, mais especificamente, pelo projeto de construção da TV Brasil considera, inicialmente, o destacado papel desse modelo televisivo no estabelecimento de “uma sintonia entre as demandas de informação e de educação de cada comunidade local” (O DESAFIO..., 2003. p. 12) e na conformação cultural da sociedade. Além disso, o papel desta emissora deve ter sua dimensão ampliada, já que, devido à sua vinculação com o Governo Federal, os “Brasis” expostos na tela também refletem as políticas culturais empreendidas no âmbito estatal.

Políticas Culturais e Televisão Pública: Conceitos e imbricamentos

A televisão, enquanto “local privilegiado da cultura e da sociedade contemporâneas” (RINCÓN, 2002, p.19-20), atrai e estimula um número significativo de olhares divergentes. Para alguns autores, ela funciona como um meio de democratização e modernização (WOLTON, 1996); para outros, é compreendida como uma ameaça à política e à democracia (BOURDIEU, 1997), mas sua grande influência cultural na sociedade é um dado incontestável.

As relações entre televisão e cultura já foram contempladas em estudos empreendidos por autores como Renato Ortiz (1998), Muniz Sodré (1977), Sérgio Caparelli (1982), Michéle e Armand Mattelart (1989) etc. Tais investigações tornam patente a necessidade da construção de políticas para a cultura no país que contemplem, de forma efetiva, este meio de comunicação. Contudo, este tema é praticamente inexplorado no meio acadêmico².

Por outro lado, se compreendemos a cultura como um conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social (CANCLINI, 2005), necessário se faz evocar novos paradigmas para a reflexão acerca das relações entre a cultura, as identidades, a política e os meios de comunicação. Esta perspectiva é ainda mais evidenciada a partir do conceito contemporâneo de política cultural. Segundo Nestor García Canclini:

² Nesse sentido, cabe destacar o artigo inaugurador “Televisão e Políticas Culturais no Brasil”, de Albino Rubim e Linda Rubim (2004).

Os estudos recentes tendem a incluir no âmbito deste conceito o conjunto de intervenções realizadas pelo Estado, as instituições civis e os grupos comunitários organizados, a fim de orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer as necessidades culturais da população e obter consenso para um tipo de ordem ou de transformação cultural. Esta maneira de caracterizar o âmbito das políticas culturais, porém, precisa ser ampliada, levando-se em conta o caráter transnacional dos processos simbólicos e materiais na atualidade (tradução da autora). (CANCLINI, 2001, p. 65).

O autor pondera que a formulação de uma política cultural deve trabalhar democraticamente com a divergência, reconhecendo o distinto e elaborando as tensões a partir das diferenças. Em meio às recentes transformações do mercado simbólico e da cultura cotidiana, verifica-se também a necessidade de se promover a reorganização cultural do poder, analisando-se as conseqüências políticas da mudança, no bojo das relações sociopolíticas, de uma concepção bipolar e vertical para outra, descentrada e multideterminada (CANCLINI, 2007).

Autores como Barbalho (2005) e Rubim (2003) destacam, ainda, a importância da interação crítica entre as políticas culturais e as indústrias culturais — abrangendo-se aí a cultura, o lazer, o entretenimento e o turismo — e os meios de comunicação, compreendidos como instrumentos essenciais de formação e informação. Com o mesmo propósito, Jesús Martín-Barbero propõe que a renovação da cultura política assuma o que está em jogo, hoje, nas políticas culturais, para além dos questionamentos em prol da instituição de políticas para a comunicação.

Abre-se assim ao debate um novo horizonte de problemas, no qual estão redefinidos os sentidos tanto da cultura quanto da política, e do qual a problemática da comunicação não participa apenas a título temático e quantitativo – os enormes interesses econômicos que movem as empresas de comunicação – mas também qualitativo: na redefinição da cultura é fundamental a compreensão de sua *natureza comunicativa* (MARTÍN BARBERO, 2003. p. 299).

Significa dizer que a questão cultural passa a ser inscrita, no interior do político, e a comunicação, na cultura, pois a cultura não pode mais ser pensada de modo independente do que acontece nas indústrias culturais e nos meios de comunicação. Desta forma, a televisão, este “indiscutível fato da cultura de nosso tempo” (MACHADO, 2000, p.21) relaciona-se, de maneira inequívoca com as políticas culturais no país.

A introdução de outras perspectivas nos estudos sobre os meios massivos de comunicação, entre eles a televisão, foi proposta, em entrevista, por Martín-Barbero (1996). Para o autor, “...há processos muito mais amplos no nível da sociedade que são os culturais e que remetem a outras dimensões da vida, que não dizem respeito diretamente à comunicação, e sem as quais eu não compreendo o que se passa na comunicação.” (tradução da autora). (MARTÍN-BARBERO, 1996. p. 45).

Não se trata, portanto, de analisar a cultura que é difundida e desenvolvida no interior dos meios de comunicação, mas de compreender as dinâmicas culturais que os englobam. Desta forma, a questão cultural, trazida para o centro do cenário político e social, pela escolarização e pelos meios de comunicação, deve ser abordada a partir de uma perspectiva política, pois:

No que se refere ao espaço nacional, as políticas de comunicação não podem hoje ser definidas apenas pelo Ministério das Comunicações, como meras políticas de “tecnologias” ou de “meios”, mas devem fazer parte de políticas culturais. Da mesma forma, será impossível mudar a relação do Estado com a cultura, sem uma política cultural integral, ou seja, sem desestatizar o *caráter público*, re-situando-o no novo tecido comunicativo do *caráter social*, mediante políticas capazes de mobilizar o conjunto dos atores sociais: instituições e associações estatais, privadas e independentes, políticas, acadêmicas e comunitárias (MARTÍN-BARBERO *apud* RINCÓN, 2002, p. 74-75).

Nesta perspectiva, a televisão, e em especial a TV pública, não pode ser pensada enquanto mero veículo de comunicação, mas como objeto de formulação e

estabelecimento de políticas públicas³ específicas, de forma a garantir a diversidade, pluralidade e independência neste importante meio de comunicação.

Em que pesem estas considerações, os debates sobre as políticas culturais para o audiovisual no Brasil têm como principal característica o silenciamento quanto ao tema da televisão. Isso se deve a uma conjunção de aspectos: o preconceito cultural da intelectualidade e das elites que, por um lado, qualificam o cinema como manifestação artística e, por outro, desconsideram o papel cultural da TV⁴; a rotulação deste meio de comunicação como mero aparelho ideológico ou simples vetor de mercantilização da cultura; e a desatenção quanto à importância da mídia no mundo contemporâneo, dentre outros. Além disso, há que se considerar o forte poder de pressão exercido pelos proprietários das grandes emissoras e suas intervenções em debates e decisões que venham de encontro aos seus interesses.

Mesmo sem fazer referência a todas as questões aqui enumeradas, Albino e Linda Rubim, no texto “Televisão e políticas culturais no Brasil”, advertem que as atitudes de resistência à televisão muitas vezes inviabilizaram sua figuração como tema fundamental para as políticas culturais no Brasil. Os autores ponderam, ainda, que:

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 (RUBIM, A.; RUBIM, L., 2004).

Deste modo, é imperativo compreender este importante meio de comunicação em sua totalidade, sem maniqueísmos, e a partir de sua trajetória e contexto, suas lógicas particulares, suas estéticas, simbologias etc.

Por outro lado, a opção pelo modelo público de televisão parte do pressuposto de que tais emissoras, por sua finalidade, propõem-se a estabelecer uma sintonia entre sua programação e as demandas de informação, cultura e educação da população. A

³ É importante ressaltar que o Estado, apesar de não se configurar como a única possibilidade de promoção das políticas culturais, possui um papel de extrema relevância neste processo, devido à sua capacidade de regulamentar, fiscalizar e contribuir para a solidez e permanência das intervenções, sendo capaz de garantir, com maior ênfase, a diversidade e a pluralidade no cumprimento das demandas culturais.

⁴ Vale lembrar que este projeto não tem como objetivo questionar o papel artístico do cinema, mas simplesmente constatar sua priorização nos debates em relação ao audiovisual no país.

vinculação com o Governo também deve contribuir para estes canais reflitam as políticas culturais estatais empreendidas.

A televisão pode ser tecnicamente definida como um meio de comunicação eletrônica, com a transmissão de sons e imagens, que se classifica como um serviço de radiodifusão regido por leis próprias e considerado de interesse nacional. Trata-se, portanto, de um *serviço público* a ser prestado pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, ou concedido, mediante concorrência, à pessoa jurídica ou consórcio de empresas que tenham capacidade para seu desempenho (ALARCON, 2005).

Autores como Suzy dos Santos e Érico da Silveira, no artigo “Serviço Público e Interesse Público nas Comunicações”, atentam para a importância do conceito de *serviço público*, tradicional em países da Europa Ocidental que priorizaram a adoção do modelo de televisão pública, como a Grã Bretanha, por exemplo. O seu uso implica o entendimento da obrigatoriedade do Estado em garantir o direito dos cidadãos à comunicação, em contraponto à noção de *interesse público*, ligada à tradição estadunidense, que se refere às condições de cessão do espectro para a exploração de serviço privado.

A qualificação de uma dada atividade como Serviço Público remete ao plano da escolha política, que pode estar fixada na Constituição do país, na lei, na jurisprudência e nos costumes vigentes em um dado momento. Deflui-se, portanto, que não há um serviço público por natureza. (GROTTI, 2003 apud SANTOS; SILVEIRA, 2007, p. 77)

Ou seja, à escolha do termo *serviço público*, subentende-se uma pretensão política para a radiodifusão como um bem que pertence a todos. Nesse sentido, o teórico colombiano, Germán Rey Beltrán (*apud* RINCÓN, 2002, p.93), traz à baila o fato de que “todas as televisões têm um sentido público, como é explicitado na lei colombiana, quando nos seus primeiros artigos define a televisão como sendo um serviço público”. A legislação brasileira, ao contrário da colombiana, não explicita a concessão do serviço de radiodifusão como um *serviço público*, muito embora não a caracterize como atividade de interesse público.

...o que existe no Brasil é uma espécie de ‘meio do caminho’ entre o conceito clássico de Serviço Público — tal como originário na

regulamentação britânica — e o conceito mais elástico de interesse, necessidade e conveniência pública originário da regulamentação dos Estados Unidos (SANTOS; SILVEIRA, 2007, p. 79).

De fato, não há, na Carta Magna, referências a nenhum destes dois conceitos. Seu artigo 223 determina apenas a competência do Poder Executivo para a outorga e a renovação de concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade entre os sistemas estatal, privado e público (BRASIL, 1988). Além disso, passados vinte anos da promulgação da constituição, esta norma, bem como o todo o Capítulo V, que trata da Comunicação Social, não foram regulamentados.

Embora o Brasil ainda não tenha desenvolvido um *Serviço Público de Radiodifusão (SPR)*⁵ que reúna as características basilares para sua concepção, utilizamos tal modelo como referência para a análise proposta, pois:

Um debate sobre o Serviço Público de Radiodifusão (SPR) é, na realidade, um debate sobre os fundamentos filosóficos, ideológicos e culturais da sociedade e sobre o papel do Estado e do setor público em satisfazer as necessidades dos indivíduos e da sociedade como um todo. Isso, mais que o desenvolvimento tecnológico, pode ser o fator decisivo na determinação do futuro de um SPR. (tradução da autora). (MOONEY, 2004, *online*)

A declaração, retirada de um informe da Assembléia Parlamentar do Conselho Europeu, ao colocar em relevo o papel do Estado e do setor público em satisfazer as necessidades individuais e coletivas da população, nos remete ao fato de que a discussão sobre a conformação de um SPR diz respeito a toda a sociedade, em suas dimensões filosóficas, ideológicas e culturais.

Sob outro ponto de vista, o teórico Jesús Martín Barbero (2002) parte da perspectiva cultural para enumerar três traços que possibilitariam a distinção de uma televisão pública. De forma resumida, eles podem ser enumerados como: a capacidade de interpelar o público, ao incluir o consumidor como cidadão (ressaltando-se a

⁵ O termo *Serviço Público de Radiodifusão (SPR)* é aqui posto como um nome próprio por referir-se a um serviço ideal de radiodifusão. A fim de melhor caracterizá-lo, Rumphorst aponta três características fundamentais: ele deve ser feito para o público, financiado pelo público e controlado pelo público (Rumphorst, 2007, p. 01).

necessidade desta distinção, sem, no entanto, cair em oposições maniqueístas); a possibilidade de se exercer o direito de cidadania estendido aos diversos setores da sociedade, pois o exercício das estratégias de exclusão e também de empoderamento do cidadão passam, hoje, pela cultura; e, por fim, a recriação audiovisual dos relatos que narram a cultura comum, bem como a pluralidade das comunidades culturais que constituem um país.

As características apresentadas envolvem, em seu cerne, o sentido e o alcance da cultura na televisão, e, mais do que isso, apontam para a ideia de uma televisão cultural. O autor aborda, ainda, como último aspecto, a qualidade, que significaria: conceber a competitividade de forma multidimensional, articular a atualização técnica e a competência comunicativa; possuir clareza em sua identidade institucional e, por fim, o reconhecimento de sua qualidade a partir de pesquisas qualitativas (e não apenas quantitativas) da audiência.

O Contexto Brasileiro

A vitória de Luiz Inácio Lula da Silva em 2002 e a escolha de Gilberto Gil para dirigir o Ministério da Cultura, inaugurou um período de atuação mais efetiva do governo federal em relação às políticas para a cultura. A jornalista Ana Paula Sousa, em um balanço da gestão do ministro Gil, após sua saída do cargo⁶, avalia:

Com Gilberto Gil, o Ministério da Cultura (MinC) começou a existir. Criada em 1985, a pasta, antes integrada à educação, foi sempre uma espécie de patinho feio do Governo. Para a sociedade, era uma entidade sem rosto e sem nome. Com Gil, escolhido no primeiro mandato do presidente Lula, em janeiro de 2003, essa história começou a mudar. Mudou a ponto de, cinco anos e meio depois, sua saída virar manchete de todos os jornais (SOUSA, 2008, p. 28).

Em meio às propostas e ações empreendidas por esta gestão, cabe salientar alguns aspectos fundamentais. Em primeiro lugar o MinC tem se destacado pela

⁶ Embora a saída do ministro-artista, em julho de 2008, represente a perda de um importante capital simbólico, este episódio não implica falta de continuidade da atuação do MinC, tendo em vista que o atual ministro, o ambientalista Juca Ferreira, foi secretário-executivo da gestão Gil e um dos principais articuladores da política cultural adotada e empreendida pelo ministério.

reivindicação de uma noção “antropológica” de cultura⁷. Em seu discurso de posse, por exemplo, Gilberto Gil explicita que “as ações do Ministério da Cultura deverão ser entendidas como exercícios de antropologia aplicada” (GIL, 2003, *online*). Tal posicionamento torna possível a inclusão, no seio da cultura, de outras modalidades de bens simbólicos, como a televisão, que passou a fazer parte dos debates sobre as políticas culturais no país, representando um importante passo para o reconhecimento deste meio de comunicação como um aparato eminentemente cultural.

Na área audiovisual em particular, merece destaque a atuação da Secretaria do Audiovisual (SAv), inicialmente capitaneada pelo cineasta Orlando Senna. Única secretaria finalística dentre secretarias-meio do MinC, o órgão aposta na ampliação de suas atividades e, ao mesmo tempo, na integração entre os diversos elos da cadeia produtiva do audiovisual: criação, produção, distribuição, fruição, preservação e formação⁸. (MOREIRA *et al.*, 2010)

O início da gestão da “nova SAV” foi conturbado. No ano de 2004, o Ministério da Cultura propôs a transformação da Ancine em Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (Ancinav), órgão que abarcaria todo o setor audiovisual. A proposta enfatizava a ampliação da dimensão do conceito e abrangência dos segmentos de mercado audiovisual e o combate à monopolização desse setor, com o objetivo de fiscalizar e regular os serviços de telecomunicações, radiodifusão e comunicação eletrônica de massa, TV a cabo, por assinatura, via satélite e multicanal, além de jogos eletrônicos, telefonia celular e internet que transmitam conteúdos audiovisuais e cinematográficos. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2004)

[...] interpretamos a intenção de constituir uma agência não mais adstrita somente à questão do fomento econômico e à normatização de mercado, mas à implantação de um perfil que remete à escolha político-ideológica de ativismo em defesa da indústria audiovisual nacional, bem como de questões de valorização simbólica da cultura, tratando de conceitos como

⁷ A princípio, não há uma noção única de cultura na antropologia. Entretanto, a instituição, ao trazer a noção do que seria a cultura “no sentido antropológico”, busca incluir, no âmbito da cultura, setores não contemplados por uma ideia de cultura limitada e restrita à “alta cultura” ou “belas artes”. É importante perceber, no entanto, que o conceito de cultura, se ampliado ao seu extremo, torna-se pouco operacional, inclusive no sentido de orientar uma política pública efetiva, conforme já assinalado por autores como Isaura Botelho (2001) e Albino Rubim (2008).

⁸ Com este propósito, foram integrados à Secretaria organismos que se encontravam dispersos, como a Agência Nacional de Cinema (Ancine), o Centro Técnico de Audiovisual (CTav) e Cinemateca Brasileira, respectivamente vinculados à casa Civil, Funarte e IPHAN (MOREIRA *et al.*, 2010).

“brasilidade”, direitos sociais, soberania, ética, diretrizes de política cultural como regionalização, descentralização, educação pela imagem e direitos do cidadão à fruição artística e cultural. (FORNAZARI, 2006, p. 663).

A sugestão trouxe à agenda pública o questionamento acerca do longo período de omissão do governo em relação à formatação e/ou ao cumprimento de políticas culturais efetivas para as comunicações, de forma mais ampla, através do exemplo do setor audiovisual. Além disso, a “acirrada campanha, empreendida pelos radiodifusores, aliados à grande imprensa” (SENNA, 2006, *online*) tornou patente a dificuldade de se obter um consenso em torno da matéria, culminando com o recuo absoluto do governo. Outras atuações relevantes foram o estímulo ao debate em torno da convergência digital da comunicação social eletrônica; a atuação no processo de desenvolvimento de um Sistema Brasileiro de Televisão Digital⁹; as discussões e posicionamento em torno do projeto de lei geral das comunicações; e o fomento à produção de conteúdo, através dos editais anuais de produção e difusão e de programas que incentivam a produção audiovisual independente e de forma regionalizada¹⁰; e por fim, a formulação de um projeto de televisão pública para o país que resultou na criação de uma rede nacional de TV com *finalidade* pública: a TV Brasil.

Nesse aspecto, edição da Medida Provisória (MP) n° 398, em outubro de 2007, pode ser considerada um marco para a história da TV Pública no Brasil. Pela primeira vez, uma lei brasileira faz referência aos princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão *pública*. Meses depois, em abril de 2008, a MP 398 é convertida na lei n.º 11.652, que institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão *pública* explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza a criação da empresa pública Empresa Brasil de Comunicação S.A. (EBC), vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República etc. (BRASIL, 2008, *online*).

⁹ Para mais informações, ver “Projeto SBTVD – Questões centrais para uma tomada de decisão: Sugestões do Ministério da Cultura ao Comitê de Desenvolvimento do SBTVD”, disponível em: http://www.cultura.gov.br/upload/SBTVD_MinC_1143840740.pdf, acesso em set. de 2008.

¹⁰ Dentre editais e programas, podemos destacar o “Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro (DOCTV)”, “Revelando os Brasis”, “Curta Criança”, “Curta Animação” e “Documenta Brasil” etc.

(In)Conclusões

Tendo em vista esse processo que se descortina, a expectativa é de que seja considerada a dupla natureza da atividade televisiva – levando-se em conta as questões artísticas, culturais, simbólicas, e as questões industriais, tecnológicas, mercadológicas, empresariais –, abarcando todos os elos da cadeia de produção, desde a criação até a exibição, estendendo os privilégios, antes restritos, à sociedade como um todo.

Cabe ressaltar, porém, que o que chamamos de *televisão pública* no Brasil contemporâneo, mais do que um conceito com características definidas e aspectos pré-estabelecidos, mostra-se como um processo, ainda bastante incipiente, que depende da participação efetiva e constante dos mais diversos atores para a sua consecução, incluindo-se aí o governo, a sociedade civil, os produtores audiovisuais, empresas do setor etc.

Estes seriam os principais pressupostos norteadores de uma análise mais detalhada da conjuntura da criação da Empresa Brasil de Comunicação, e mais especificamente da TV Brasil, e dos primeiros anos desta emissora de TV. Pretende-se, portanto, não apenas trazer à tona o viés cultural necessário ao estudo dos meios de comunicação, mas também vislumbrar a possibilidade da construção de um projeto viável de televisão pública que contemple os ideais de universalidade, diversidade e pluralidade, independência e diferenciação (UNESCO, 2006) e, ao mesmo tempo, se adeque ao contexto cultural brasileiro.

Referência Bibliográfica:

ALARCON, Anderson de Oliveira. A televisão e o instituto da concessão pública. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 10, n. 891, 11 dez. 2005. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=7654>>. Acesso em: 31 mar. 2006.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BARBALHO, Alexandre. Política cultural. In: RUBIM, Linda (Org.). **Organização e produção da cultura**. Salvador: EDUFBA, 2005. p. 33-52.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. 143 p.

BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, n. 15, n.2, p. 73-83, abr./jun. 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v15n2/8580.pdf>>. Acesso em: 3 abr. 2009.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil (1988)**. [Brasília], 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%E7ao.htm>. Acesso em: 20 ago. 2008.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas**. Buenos Aires: Paidós, 2007. 352 p. _____ . Definiciones en transición. In: MATO, Daniel (Org). *Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*. Buenos Aires: CLACSO, 2001. p. 57-68.

_____. **Diferentes, desiguais e desconectados**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2005. 284 p.

CAPARELLI, Sergio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982. 196p.

DISCURSO do ministro Gilberto Gil na solenidade de transmissão do cargo. Ministério da Cultura. Assessoria de Comunicação Social, Brasília, 02 jan.03. Discurso. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/noticias/discursos/index.php?p=671&more=1&c=1&pb=1>> . Acesso em: 30 ago. 2007.

FORNAZARI, Fábio Kobol. **Instituições do Estado e Políticas de Regulação e Incentivo ao Cinema no Brasil: o caso Ancine e Ancinav**. Revista de Administração Pública. Rio de Janeiro, v. 40, n. 4, p. 647-677, ago 2006.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Ed. SENAC, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003. 369p.

_____. **Pre-textos conversaciones sobre la comunicación y sus contextos**. Cali: Universidad del Valle, 1996.

MATTELART, Michèle; MATTELART, Armand. **O carnaval das imagens**. São Paulo: Brasiliense, 1989. 206 p.

MOONEY, Paschal. **Public service broadcasting**. In: Parliamentary Assembly of the Council of Europe. Committee on Culture, Science and Education. Report.. [Brussels, Belgium], 2004. (Doc. 10029). Disponível em: <<http://assembly.coe.int/main.asp?Link=/documents/workingdocs/doc04/edoc10029.htm>>. Acesso em: 20 ago. 2008.

MOREIRA, Fayga; BEZERRA, Laura; e ROCHA, Renata. **A Secretaria do Audiovisual: políticas de cultura, políticas de comunicação**. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Políticas Culturais no Governo Lula*. Salvador: Edufba, 2010. p. 133-158.

O DESAFIO da TV pública. Rio de Janeiro: Rede Brasil, 2003. 128 p.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

RINCÓN, Omar. (Org). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002. p. 13-40.

RUBIM, Albino. Dilemas para uma política cultural na contemporaneidade. In: LEITÃO, Cláudia (Org.). **Gestão cultural: significados e dilemas na contemporaneidade**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2003, p. 89 – 104.

_____. Políticas culturais do governo Lula/Gil: desafios e enfrentamentos. **INTERCOM: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v.31, n.1, jan./jun. 2008. p. 183-203.

_____; RUBIM, Linda. **Televisão e políticas culturais no Brasil**. In: *Revista USP*, São Paulo, v. 61, p. 16-28, mar./ abr./ maio 2004.

RUMPHORST, Werner. **Public service broadcasting: model law**. [S.l, 2007].
Disponível em:
<http://www.ebu.ch/CMSimages/en/leg_p_model_law_psb_210207_tcm6-50527.doc>.
Acesso em: 28 ago. 2008.

RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy dos (Org.). **Políticas de comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007. 408 p.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**. Petrópolis: Vozes, 1977.

SOUSA, Ana Paula. Ministro do barulho. **Carta Capital**, São Paulo, n. 507, 06 ago. 2008, p. 28-29.

UNESCO. **Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas**. San José, C.R.: Oficina de la Unesco para América Central, 2006. 208 p. Disponível em:
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584s.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2008.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**. São Paulo: Ática, 1996. 319 p.
YODA, Carlos Gustavo. O Brasil precisa urgente regulamentar o audiovisual. *Agência Carta Maior*, 30 ago. 2006. Entrevista Orlando Senna. Disponível em:
<http://www.agenciartamaior.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia_id=12109>. Acesso em: 26 jul. 2007.