

# FUNTELPA

Fundação Paraense de Radiodifusão



Relatório de Gestão  
**2007-2010**





# **60 Anos de Televisão Aberta no Brasil**

## RELATÓRIO DE GESTÃO FUNTELPA 2007-2010

Maria Ataíde Malcher  
Regina Lúcia Alves de Lima  
Marly Camargo Vidal

## Ficha Catalográfica

---

60 anos de Televisão Aberta no Brasil: relatório de gestão Funtelpa 2007-2010.  
Organização, Maria Ataíde Malcher, Regina Lúcia Alves de Lima, Marly Camargo Vidal.  
Belém: FUNTELEPA, 2010.

172 p. : ili.color. : 27 cm

ISBN

I. Televisão Aberta. 2. Televisão Pública. 3. Programação de TV. 4. Pará. 5. História. 6. Amazônia.  
7. Brasil. I. Malcher, Maria Ataíde. II. Lima, Regina Lúcia Alves de. III. Vidal, Marly Camargo. IV. Título.

# Créditos

ANA JÚLIA DE VASCONCELOS CAREPA **Governadora do Estado**

ODAIR SANTOS CORREA **Vice-Governador do Estado**

PAULO ROBERTO FERREIRA **Secretário de Estado de Comunicação**

REGINA LÚCIA ALVES DE LIMA **Presidente da Fundação Paraense de Radiodifusão**

VALDEMIR CHAVES DE SOUSA **Diretor Administrativo-Financeiro**

MARCOS FRANCISCO URUPÁ DE LIMA **Diretor da TV Cultura do Pará**

ANTÔNIO CARLOS DE JESUS DOS SANTOS **Diretor da Rádio Cultura**

IVALDO FERREIRA DE SOUSA **Diretor de Comunicação Integrada**

SÉRGIO CARLOS FARIAS DE OLIVEIRA **Diretor Técnico**

## **Conselho Curador da Fundação Paraense de Radiodifusão**

REGINA LÚCIA ALVES DE LIMA **Presidente**

VALDEMIR CHAVES DE SOUSA **Suplente**

## **Representantes do Poder Executivo**

ALDRIN MOURA DE FIGUEIREDO **Titular**

ANTÔNIO CARLOS DE JESUS DOS SANTOS **Suplente**

CÂNDIDO PARAGUASSÚ DE LEMOS ÉLERES **Titular**

FÁBIO TOMAZ DO COUTO MORAES **Suplente**

CINCINATO MARQUES DE SOUZA JUNIOR **Titular**

ÚRSULA EMANUELLE FERREIRA PEREIRA **Suplente**

PAULO ROBERTO FERREIRA **Titular**

JOÃO BATISTA VITAL DE CASTRO **Suplente**

## **Representantes da Sociedade Civil**

### **Sindicato dos Jornalistas**

SHEILA CRISTINA FARO REIS **Titular**

SIMONE CRISTINA ARRIFANO ROMERO **Suplente**

### **Sindicato dos Radialistas**

LUIZ NONATO DA SILVA CUNHA **Titular**

ANTÔNIO CELSO VASCONCELOS DE MENDONÇA **Suplente**

### **Centro de Estudos Práticos de Educação – Cepepo**

ILMA CRISTINA BITTENCOURT RODRIGUES **Titular**

JOSÉ MARIA LOPES DEIRAS **Suplente**

### **Representantes dos Empregados da Funtelpa**

EDIVALDO RODRIGUES DOS SANTOS **Titular**

JOSÉ MARIA VIEIRA DA SILVA **Suplente**

### **Publicação**

MARIA ATAÍDE MALCHER **Organização**

MARIA ATAÍDE MALCHER ■ REGINA LIMA ■ MARLY CAMARGO VIDAL ■

MARLY QUADROS ■ RENATA BIONDI ■ THIANE NEVES ■ TALITA BAENA ■

FERNANDA CHOCRON **Pesquisa e textos**

### **Fontes**

Relatórios das Diretorias e Gerências da Rede Cultura de Comunicação, Sistema Integrado de Administração Financeira para Estados e Municípios – SIAFEM

### **Imagens**

ACERVO FUNTELPA ■ VALDEMIR SOUSA ■ AGÊNCIA PARÁ ■ RENATA BIONDI

DAVID ALVES ■ WEB COLLECTION

### **Autoria Gráfica**

ROSE PEPE, DESIGN

### **Impressão**

**imprensaoficial**



## Sumário

- 06**                    **Uma nova visão para a comunicação pública**   Ana Júlia Carepa
- 08**                    **Comunicação a serviço da cidadania**   Regina Lima
- 11**                    **O Convite à Leitura**
- 15**                    **A Televisão**  
Dois modelos de televisão: seria uma nova cisão entre dois mundos?  
Televisão: boa ou ruim?
- 23**                    **Televisão aberta no Brasil: notas sobre os sessenta anos**  
A comunicação massiva  
A “grande” estréia da TV  
TV Excelsior: uma marca dos anos 60  
Globo e o início da liderança  
O adeus à Tupi  
Uma década “collorida”  
O século XXI
- 59**                    **Os Anos Iniciais das TVs no Pará**  
A chegada da pioneira  
As mudanças implementadas pela Guajará  
TV Liberal: a afiliada da Globo no Pará  
O SBT em Belém  
A TV Cultura do Pará  
A implantação da Record Pará  
As que chegaram no século XXI
- 75**                    **Especificidade da TV Pública**  
Público e privado  
O diferencial da TV Pública
- 83**                    **TV Cultura do Pará**  
Jornalismo: presença marcante na constituição da TV Cultura  
Apostar na produção local fez a diferença  
Formar competências, marca registrada

**93**

**FUNTELPA: quatro anos de gestão**

A criação da Fundação de Telecomunicações do Pará

O desafio de modernização da FUNTELPA

Política para fixação de competências

Novo espaço físico: necessário às novas dinâmicas implementadas

O sistema UP Link

O sinal da TV Cultura em 81 municípios do Pará

Teleinformação: prestação de serviço à sociedade

Cultura Brands: o diálogo entre o público e o privado

Catalendas Licenciamentos

Banco de Informações

Belém, palco de discussões essenciais à TV Pública

Preservação da história do Pará e da Funtelpa

Portal Cultura

Revista ZYG360.com: a comunicação na contemporaneidade

A Rádio Cultura de volta às Ondas Tropicais

TV Cultura: inovação em conteúdo e programação

- Coberturas integradas e especiais marcam o jornalismo da Cultura
- Transmissão dos jogos do campeonato paraense: estratégia de fidelização
- Incentivo à Produção Audiovisual: diversificação e enriquecimento da grade

O fomento a outros gêneros audiovisuais

- Principais programas da TV Cultura

Os principais projetos de interprogramação

As ações da Rádio Cultura

- Concurso de Logomarca e Vinheta

- Principais programas da Rádio Cultura

**149**

**Relatórios Físicos Financeiros**

**165**

**Referências**

## UMA NOVA VISÃO PARA A COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Nos últimos anos, os veículos que formam a Rede Cultura de Comunicação passaram por importantes mudanças. O Governo Popular, que tem como uma de suas marcas centrais a democratização do sistema de comunicação pública, tomou como missão o investimento na melhoria da qualidade dos programas e projetos desenvolvidos pela TV, Rádio e Portal da Fundação Paraense de Radiodifusão – FUNTELPA.

Além do mais importante, o acesso da população das regiões mais distantes da capital paraense à programação educativa e cultural da Rede Cultura, que ganhou fôlego com a retomada das retransmissoras indevidamente utilizadas por uma emissora privada, comemoramos também a criação de novos programas, que passaram a refletir a diversidade de nosso Estado.

Investimos na expansão do nosso sistema de Rádio e TV como ferramentas-chaves para a integração do Estado. Para isso, providenciamos também a instalação de geradoras em quatro municípios: Marabá, Altamira, Santarém e Xinguara, que para além da retransmissão do sinal, serão responsáveis pela produção de conteúdo. O objetivo do Governo do Pará, com isso, é de garantir a descentralização das ações da TV pública, proporcionando, assim, a integração do Estado, contribuindo para que o paraense se reconheça na tela da TV e tenha a oportunidade de colaborar com a construção de uma sociedade mais justa.



A Governadora *Ana Júlia Carepa* sendo entrevistada por Plácido Ramos na TV Cultura do Pará



A Governadora *Ana Júlia Carepa* ao lado de Regina Lima na reinauguração da Rádio Ondas Tropicais da Fundação Paraense de Radiodifusão



Esse é o compromisso presente nas notícias, documentários e projetos desenvolvidos pela Rede Cultura de Comunicação. O modelo leva em consideração, principalmente, a decisão estratégica do Estado de investir em um novo modelo de desenvolvimento para a Amazônia que busca a sustentabilidade de nossas riquezas, a integração regional, a produção local de conteúdo, a valorização do potencial humano e das riquezas locais e, acima, de tudo, a participação popular.

O projeto pautado para a Rede Cultura de Comunicação está inserido no programa “Gestão da Comunicação Governamental”, que firma parcerias entre todas as secretarias de governo, com o intuito de estabelecer uma política de comunicação social democrática e, conseqüentemente, melhorar os índices de inclusão social do estado.

Em seus 33 anos de história, a FUNTELPA tem se destacado pela prestação de serviços à população e por não colocar o lucro acima do bem-estar de seus usuários. Por isso mesmo, adquiriu um papel de grande importância na educação dos cidadãos paraenses. Esse é, por sinal, um dos diferenciais dos projetos e programas desenvolvidos pela Rede Cultura, que, não por acaso, têm sido utilizados pelas escolas públicas e instituições comprometidas com a formação de crianças, jovens e adultos, como instrumento de ações estratégicas. Sem contar com a produção e veiculação de material, em que a qualidade é o ponto central.

Durante sua história, a FUNTELPA também captou e documentou a história política, econômica, cultural e social da Amazônia paraense. Acervo que, dentro da visão estratégica que a Fundação possui para o Estado, está sendo restaurado e catalogado.

A TV Cultura é hoje a principal produtora e difusora de programas televisivos da região Norte e integra a Rede Cultura de Comunicação, sendo reconhecida por disponibilizar para a rede nacional programas como o infantil “Catalendas”, além dos semanais “Brasil da Amazônia” e “Sementes”, sem contar a entrada quase diária no jornalismo da TV Brasil. Já a Rádio Cultura é, em algumas regiões do Pará, o único veículo de comunicação, capaz de proporcionar o encontro entre pessoas, troca de informação e divulgação da cultura regional. E tudo isso pode ser conferido, também, por quem está fora do Estado, por meio do Portal Cultura, que leva a programação educativa e as notícias da nossa terra para várias partes do Brasil e do mundo.

Com isso, marcamos, então, uma nova etapa para os profissionais que integram a Rede Cultura de Comunicação e que estão ajudando a construir uma realidade diferenciada na comunicação pública da Amazônia. As ações apresentadas neste relatório representam o passo inicial de uma importante e longa caminhada que tem como destino uma comunicação pública, inclusiva e de qualidade.

**Ana Júlia Carepa**  
*Governadora do Estado do Pará*



A Governadora Ana Júlia Carepa ao lado de Regina Lima na reinauguração da Rádio Ondas Tropicais da Fundação Paraense de Radiodifusão



A Governadora Ana Júlia Carepa

## COMUNICAÇÃO A SERVIÇO DA CIDADANIA

O ano de 2007 foi um verdadeiro marco na história da Fundação Paraense de Radiodifusão. Mais significativas do que as vitórias judiciais que puseram fim aos contratos irregulares com empresas do ramo das comunicações, que ceifaram mais de R\$ 35 milhões das emissoras públicas paraenses ao longo de dez anos, foi a conquista para o povo paraense da entrada de uma nova rede de comunicação nos municípios do estado, com uma nova filosofia, em que a educação, a prestação de serviços para a comunidade e a difusão da cultura do Estado passaram a ser prioridade.

Neste relatório apresentamos a história da FUNTELPA ao longo desses 33 anos de existência, com destaque para as mudanças estruturais, de filosofia e de conteúdo implementadas durante os anos de 2007 a 2010, a partir da definição do *Projeto de Reestruturação da Funtelpa*. Vamos prestar contas à sociedade do que foi feito com os recursos públicos investidos na Rede Cultura de Comunicação, composta pela TV, Rádios, Portal e, mais recentemente, pela Revista ZYG360.com.

Ao longo desses quatro anos, buscamos construir um projeto baseado em ações planejadas que visam não só a manutenção da programação, mas a identificação da população paraense com a Rede Cultura de Comunicação. E para isso, em primeiro lugar, entendemos que é fundamental levar a ima-

gem e o som da TV Cultura para todo o Pará, cumprindo uma das missões básicas de um governo popular, que é a de integrar o Estado, com a presença das instituições públicas nas diversas regiões.

Investimos mais de R\$ 9 milhões na estruturação de 21 retransmissoras no ano de 2008, além da aquisição de novos equipamentos – incluindo a modernização total do transmissor que atende a Região Metropolitana de Belém e que agora é 10 vezes mais potente do que o anterior – formação dos profissionais que integram a Funtelpa, pesquisa e criação de uma nova programação, além de projetos especiais, entre outras ações.

Em 2007 iniciou-se, também, a reforma e adaptação do novo prédio-sede da FUNTELPA, que será inaugurado em 2011. A mudança, da Avenida Almirante Barroso, para a Rua dos Pariquis simboliza bem o novo momento que as emissoras da FUNTELPA estão vivendo, pois o antigo endereço já não mais atende às condições ideais para a atuação dos mais de 350 profissionais que hoje integram a fundação.

Toda essa mudança passou também pela reorganização do quadro funcional da Fundação; pela modificação da personalidade jurídica do órgão, que agora é uma Fundação Pública de Direto Privado; envolve o lançamento de uma nova programação para seus veículos de TV, Rádio e Portal; inclui a retomada da Rádio Cultura Ondas Tropicais. En-



A Presidente da Fundação Paraense de Radiodifusão, Regina Lima



A Presidente da Fundação Paraense de Radiodifusão, Regina Lima no estúdio Ead

fim... botamos a mão na massa, para que durante esses quatro anos de gestão do Governo Popular, os veículos ligados à Funtelpa cumprissem a missão para a qual foram criados: ser uma ferramenta de comunicação verdadeiramente pública.

E fomos mais além. Iniciamos em 2008 uma série de parcerias e projetos que vão desde o resgate da memória da comunicação e da história do Estado, com a estruturação de um Banco de Informações e a digitalização do acervo da TV Cultura, até a criação de produtos educativos inspirados nos principais programas desenvolvidos na FUNTELPA como o “Catalendas” e a série de documentários produzidos.

Para tanto, foi fundamental a parceria e o entendimento com outros órgãos governamentais, como a Secretaria de Cultura, a Processamento de Dados do Estado do Pará, o Instituto de Artes do Pará e, em especial, a Secretaria de Educação do Estado. Entre as iniciativas de grande porte que contam com a participação da FUNTELPA, vale destacar o Programa Navega Pará – o maior e mais ousado programa de inclusão digital do Brasil – que garantirá internet em alta velocidade para as escolas da rede pública, integrando-as, ao mesmo tempo em que oportunizará o compartilhamento de conteúdo e celeridade no recebimento de material cultural e didático.

Na mesma esteira a FUNTELPA elaborou, em 2008, o projeto de Teleinformação, inaugurado em 2010, que contempla com um ponto de transmissão cada um dos municípios paraenses, que receberam *kits* formados por um aparelho de TV, um receptor da programação e uma antena parabólica. O objetivo do projeto é integrar as escolas através de uma rede de informação e comunicação. Onde há uma retransmissora do sinal da FUNTELPA, a escola recebeu um *kit* da Teleinformação. A ideia é que essa integração possibilite o compartilhamento de materiais educativos, didáticos, além de permitir o acesso a reuniões e cursos a distância.

É importante deixar claro que a maior parte desses projetos e ações será realizada a longo prazo e precisa de investimentos contínuos. O mais importante, porém, já existe: profissionais comprometidos com uma comunicação diferenciada, de qualidade, apoio dos gestores da máquina pública e confiança dos inúmeros telespectadores, ouvintes, internautas e leitores que todos os dias se ligam na programação da Rede Cultura de Comunicação. Por isso o cuidado na prestação de contas e ações, com transparência, é dever de todo gestor público, é o respeito devido à confiança de nossos colaboradores, parceiros e grande público.



**Regina Lima**  
*Presidente da FUNTELPA*



Regina Lima no estádio MANGUEIRÃO em uma das transmissões de *Remo X Paysandú* pela TV Cultura do Pará



Regina Lima discursando na final do *II Festival Cultura de Música*





## O Convite à Leitura

Nada nem ninguém nos obriga a assistir a televisão; no entanto, nós o fazemos em números e em frequências que alarmam a nós mesmos. É como se assustar com a nossa própria sombra: quando entendemos que ela é apenas um reflexo de nós mesmos, podemos sorrir de nossa nervosa ignorância. (...) a televisão não é uma força enviada por ordem divina: ela é nossa criação e, como tal, só pode nos ameaçar quando ignoramos esse fato. (CASHMORE, 1998, p. 245)



De acordo com Thompson (2009), um dos fatores centrais para o entendimento das sociedades modernas é o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa. Levando em consideração o postulado pelo autor, verifica-se como eixo da reflexão a seguir o papel da tecnologia na vida das pessoas. Apesar da infinidade de aparatos tecnológicos, que garantem hoje, uma comunicação quase instantânea, até mesmo refazendo a interação face a face, o olhar deste relatório recai sobre uma das mais importantes tecnologias e, sem dúvida, a que mais transformou a vida das pessoas no Brasil: a Televisão.

Sendo ela boa ou ruim, educativa ou não, muitas são as polêmicas que giram em torno dos estudos desenvolvidos sobre esse meio de comunicação.

Com sua chegada no Brasil, em 18 de setembro de 1950, determinada pelas excentricidades de Assis Chateaubriand, a televisão transformou para sempre o modo de vida, de ponta a ponta, do território nacional.

Será que já paramos para pensar no quanto de televisão assistimos por dia? Como afirma Cashmore (1998), ninguém é obrigado a assistir a sua programação. Entretanto, quando menos nos damos conta, estamos sentados no sofá de casa (sozinhos ou acompanhados) curtindo a telinha, seja para relaxar, entreter, passar o tempo ou nos mantermos informados.



1950



1960



1970

Alguns modelos de televisores nas décadas de 1950, 1960, 1970, 1980, 1990 e anos 2000



Apesar de não mais imaginarmos nossa vida sem a presença da televisão, grande parte de nós, brasileiros, não paramos para pensar no papel que a TV desempenha na sociedade brasileira e o que essa tecnologia, mais que consolidada no Brasil, presente em 98% dos lares, representa no cotidiano das pessoas.

No ano de comemoração dos 60 anos da chegada da Televisão no Brasil, essa parece uma discussão mais que fundamental, não só do ponto de vista teórico-reflexivo, mas também, no nível prático, verificando de que forma a inserção da TV transformou para sempre a vida das pessoas, não só nacionalmente, mas em todo o mundo.

Criada em 1977, a Fundação de Telecomunicações do Pará – FUNTELPA –, faz parte dessa história e é o cenário para a compreensão de diversas questões que marcam os estudos e produção na área televisiva. Por isso, este relatório de gestão nos convida, leitores e telespectadores, a fazer um breve “mergulho” na história e conhecer alguns dos fatos que marcaram a trajetória da Televisão no Brasil e no Pará, e as contribuições da TV Cultura Pará nesse contexto.

Para isso, além de apresentar as principais atividades desenvolvidas pela FUNTELPA nos últimos quatro anos de gestão, o Relatório apresenta um pequeno recorte sobre a história da Fundação. Dessa forma, pretendemos colaborar para o início

de uma sistematização de dados e informações a respeito da história da mídia televisiva no Estado e, conseqüentemente, na região.

Baseado em diferentes fontes e seguindo a cronologia dos acontecimentos, este trabalho permitirá ainda a reflexão a respeito do papel de uma TV Pública no Estado, bem como o “caminhar” da TV Cultura Pará rumo a uma grade de programação ainda mais educativa e sensível à(s) realidade(s) do Estado do Pará.

É preciso ter em mente, contudo, que a história nunca é linear, que dirá quando se trata de estabelecer a cronologia da televisão, já que muitas foram as contribuições para sua implantação e formação.

O exercício de compreensão, porém, é o desafio desta publicação. Confirmamos.



1980



1990



2000



## A Televisão

(...) os sonhadores começaram a imaginar que, se o som podia ser transmitido por fios, por que não a imagem? (CASHMORE, 1998, p. 23)



Considerada pela maioria dos autores como “filha” do rádio, já que foi essa a tecnologia que “abriu” os caminhos para dar sustentação à sua implantação, a televisão marcou para sempre a história das mídias e do próprio sentido de comunicação massiva no mundo.

Embora sejam inúmeras as obras que descrevem o percurso da televisão, pode-se afirmar que todas acabam chegando a um consenso: o de que, apesar de as experimentações sobre esse aparelho datarem de muito antes de 1950, foi só na metade dos anos 50 do século passado que a TV se tornou um meio de comunicação de massa.

Se pararmos para pensar, não há mídia que não utilize as bases daquelas que a antecederam. No caso da televisão, a que atuou mais fortemente, possibilitando-lhe ganhar plumagem e alçar vôo, foi o rádio. A partir dele as pessoas passaram a apreciar e se envolver com um meio que apesar de anônimo possui um caráter muito pessoal, devido à reprodução da voz na maioria de sua programação.

Além disso, para que a televisão alcançasse vôo e chegasse de fato à casa das pessoas, foi necessária a presença de outros fatores e condições. Nesse caso, o elemento que lhe deu impulso foi o aproveitamento das bases tecnológicas deixadas pela indústria do rádio, que se encontrava parada nos anos de 1945 a 1946. Como um meio já estabelecido, mais uma vez o rádio pôde auxiliar o caminho da televisão, que ainda não havia sido testada no mercado. Assim, *os investimentos feitos durante a guerra não pre-*

*cisavam ser desperdiçados se uma nova demanda pudesse ser encontrada (...)* (CASHMORE, 1998, p. 24-25).

## Dois modelos de televisão: seria uma nova cisão entre dois mundos?

Apesar de considerado como o marco de ascensão da televisão o ano de 1952, referenciado pela maioria das publicações como o ano que marca sua “decolagem”, é importante destacar que a televisão chegou ao Velho Mundo muito antes disso, mas por lá ela teve outra forma para reger sua implantação. Se do lado norte-americano a preocupação residia no poder de venda que o novo meio proporcionaria, primeiro como utensílio doméstico e depois como uma grande “porta” para a oferta dos diferentes produtos da sociedade de consumo, na Inglaterra a televisão teria de servir a fins culturais, não apenas ao entretenimento.

A forma como a televisão é concebida nesses dois continentes, deixa claro que as especificidades dos modelos são acentuadas. Segundo Ribeiro (2004), são diferenças que modificam toda a lógica de produção e consumo dos produtos da televisão, e os diversos padrões que orientam cada modelo partem de posições opostas.

*A diferença é que os europeus falam em cultura, os norte-americanos em entretenimento – aqueles, em formação, estes, em informação – os primeiros, em desenvol-*



1960



1970

vimento da pessoa, inclusive em termos de cidadania, os segundos, em diversão, em descompromisso – e, enfim, a Europa pensa numa responsabilidade do setor público pelo acesso à cultura, enquanto os Estados Unidos consideram que o acesso ao lazer deve depender sobretudo do mercado (...). (RIBEIRO, 2004, p. 78)

A forma como a televisão foi encarada desde o início pelos diferentes continentes explica suas características até os dias atuais. Após a guerra, por exemplo, o modelo de transmissão refinado pelos EUA tornou-se quase universal.

Em decorrência da crise do cinema, a televisão norte-americana recebeu profissionais desse meio, gerando, assim, a mão de obra do veículo. Esses profissionais, em grande parte, possibilitaram a vanguarda e liderança dos EUA na produção e exportação de produtos televisivos. Mais uma vez, uma mídia antecessora proporciona condições para a estruturação da mais recente, neste caso o cinema abrindo caminho para a mídia televisiva.

Nesse contexto, verificava-se a consolidação de dois modelos de TV distintos. Assim como a *cultura européia tinha sido exportada para cantos extremos dos impérios, os programas de TV norte-americanos eram facilmente incorporados à programação de outros, desta vez países industrializados* (CASHMORE, 1998, p. 30).

Em seus primeiros anos, a televisão era o centro das atenções por questões técnicas voltadas mais para sua construção como aparelho transmissor e

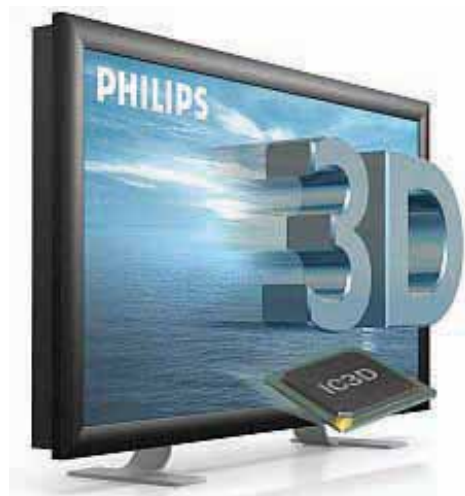
para sua instalação, mas, em pouco tempo, tornou-se o centro das atenções por seu poder econômico, ou seja, passou a servir de canal de escoamento da produção dos bens de consumo.

Ao mesmo tempo em que suas possibilidades de exploração pelo mercado cresceram, surgiram as discussões sobre seu papel transformador da sociedade e seus efeitos no tecido social. Para Dominique Wolton:

A televisão constitui uma mudança radical na história da comunicação. A imprensa escrita, a partir da metade do século XIX, já havia permitido que um número sempre maior de cidadãos tivesse acesso a informações, mas sempre havia a barreira da leitura. O rádio, depois da Primeira Guerra Mundial, foi uma outra revolução, mais democrática. (...) A chegada da televisão na década de 1950 veio revolucionar uma comunicação que, com o rádio, já se havia libertado das limitações de distância. Com a televisão foi o milagre da imagem. (...) Não só o espetáculo em imagem seduzia imediatamente, como também a janela para o mundo proporcionada pela informação, pelos documentários, filmes e espetáculos estrangeiros fizeram da televisão um dos meios instrumentais da emancipação cultural (...). (WOLTON, 1996, p. 5)



1980



2010



## TELEVISÃO: BOA OU RUIM?

As críticas que ainda recaem sobre a televisão na atualidade, acompanham essa mídia praticamente desde seu surgimento. Com posturas extremistas defendidas pelas correntes teóricas: de um lado, as que a desqualificavam como a qualquer produto da indústria cultural e, de outro, as que viam nela a possibilidade de redenção do homem. Contudo, tanto uma corrente como a outra acreditavam que o indivíduo que recebia aquelas mensagens ocupava uma posição passiva e alienada, destituída de razão ou discernimento.



Nesse sentido, muito se falou sobre o poder nefasto da televisão, sua condição entorpecente e,

para alguns teóricos, de detonadora de efeitos parecidos com os provocados pelos alucinógenos quando utilizado por seres humanos.

Mais do que dar destaque aos posicionamentos a favor ou contra a televisão, neste texto é necessário ressaltar as concepções que orientam os estudos na atualidade. Distante de posturas ingênuas ou tampouco apocalípticas, essas concepções encontram indícios concretos que demonstram o potencial desse meio na comunicação massiva.

Para compreender um pouco mais sobre a trajetória trilhada pela televisão, é preciso refletir e estabelecer o diálogo com outros caminhos da televisão, entre eles, os trilhados no Brasil.

### Característica de implantação de algumas televisões no mundo


<p><b>Grã-Bretanha</b></p> 	<p>“A 1.ª de janeiro de 1927 era criada por decreto real a British Broadcasting Corporation (BBC) (...). Em 1954 era criada (por lei de 30 de julho) uma segunda rede de televisão, a Independent Television Authority (ITA), corporação pública, como a BBC (...). Atribuiu-se à ITA a responsabilidade legal dos serviços, e não às concessionárias. Do ponto de vista organizativo, a BBC é o principal instrumento para a radiodifusão, enquanto que a ITA se encarrega de serviços adicionais aos da BBC. Esta começou suas transmissões regulares em 2 de novembro de 1936, enquanto a ITA transmitiu seu primeiro programa em 22 de setembro de 1955. A BBC obtém seus recursos fundamentais mediante fundos públicos, isto é, através das licenças de rádio e televisão estabelecidas pelo governo e que são diretamente arrecadadas por este, cabendo uma parte a título de gastos de gerenciamento e de administração. Os recursos da ITA provêm integralmente das taxas de arrecadação pagas pelas companhias concessionárias, que obtêm deste modo o direito de transmitir seus programas com os equipamentos da ITA. Os recursos derivados da publicidade são canalizados diretamente para essas companhias sem que a ITA possa beneficiar-se de sua solução favorável (...).”</p>
<p><b>França</b></p> 	<p>“A lei de 27 de junho de 1964 consagrou o caráter de empresa industrial e comercial do Organismo da Radiodifusão e Televisão Francesa (ORTF), ao qual se encarregou o serviço público do rádio e da televisão. O parlamento francês, pela lei de agosto de 1974, confirmou o papel da televisão como serviço público; os seus objetivos e o exercício de seu monopólio foram entregues a sete sociedades públicas, autônomas e independentes, encarregadas dos diversos aspectos do serviço (indústria, comércio, programação, gestão de desenvolvimento dos centros regionais, instituto audiovisual, conservação de arquivos, formação profissional, criação de equipamentos, etc.).”</p>



Susan Boyle no programa inglês *Talent*



Programa francês *Le Grand Journal*




<p><b>Espanha</b></p> 	<p>“A lei de 26 de junho de 1934 criou o Serviço Nacional de Radiodifusão considerando esta função essencial e privativa do Estado. Em 29 de junho de 1956 começaram as transmissões regulares da televisão. Alguns anos antes, a Direção Geral de Radiodifusão, que tinha a seu cargo todas as atividades radiodifusoras, como organismo dependente do Ministério da Informação e do Turismo, realizava experiência para a colocação em funcionamento dos serviços de televisão no país. Posteriormente, em 1958, uma vez iniciadas as transmissões, mudou seu nome para Direção Geral de Radiodifusão e Televisão, organismo do qual depende diretamente a Direção da Televisão Espanhola (TVE). A nomeação do diretor é tarefa do Ministro da Informação e Turismo. Com relação ao financiamento, a Espanha é um dos poucos países da Europa que não tem instituída a taxa pelo uso e posse do receptor (os outros são Andorra, Grécia, Mônaco, San Marino e União Soviética). Os recursos são provenientes de dotações estabelecidas no Orçamento Geral do Estado, em pequena parcela, e, fundamentalmente, derivada da publicidade difundida pela televisão (aproximadamente 80% dos recursos totais). A administração e a comercialização desta atividade estão a cargo, desde 1969, de um serviço especializado, denominado Administração de Publicidade da TVE.”</p>
<p><b>Argélia</b></p> 	<p>“Pela Regulamentação de 9 de dezembro de 1967, a Radiotelevisão Argelina (RTA) é definida como uma empresa pública de caráter industrial e comercial, dotada de personalidade jurídica e autonomia financeira. Assegura o serviço público de radiodifusão e televisão e exerce seu monopólio sobre todo território nacional. O financiamento está garantido fundamentalmente por meio da taxa pelo direito de uso do receptor e pelos benefícios derivados da publicidade televisada.”</p>
<p><b>Alemanha</b></p> 	<p>“A 22 de março de 1935 se transmitiu em Berlim o primeiro programa de televisão. Era transmitido três vezes por semana, das 20h30 às 22h. Ao começar a Segunda Guerra Mundial, as transmissões foram interrompidas, não se repetindo até 25 de novembro de 1952. A estrutura jurídica da televisão e do rádio é consequência da organização federal do país. Corresponde aos Estados (Lander) a criação dos organismos públicos, os quais se encarregam do serviço de radiotelevisão. Existem nove organismos que têm a seu cargo o rádio e a televisão em seus respectivos Estados, com caráter independente. A partir de março de 1953, os diretores das diversas emissoras concordaram em estabelecer cooperação concernente a uma programação única para todo o território nacional, para a qual cada uma delas contribui numa determinada porcentagem. O órgão criado para colocação em funcionamento desta “televisão alemã” foi o ARD, Centro de Estudos das Instituições da Radiofônica Pública da República Federal Alemã. Em 1961, os diversos Estados fundaram o Zweites Deutsches Fernsehsehen (ZDF), Segunda Televisão Alemã, que dispõe de rede própria e se difunde por todo território. O financiamento é, como na França, por um sistema misto de recepção de taxa pelo uso do receptor, que é arrecadado pelo Ministério dos correios e depois revertido às emissoras, em proposição a seus contribuintes e deduzidos os gastos de administração, e pelas rendas da publicidade veiculada.”</p>
<p><b>Itália</b></p> 	<p>“A RAI, Radiotelevisione Italiana, é uma sociedade por ações, com sede e direção geral em Roma. Seu capital social está distribuído entre o Instituto para a Reconstrução Nacional, o IRI, a Sociedade Financeira Telefônica por Ações ou STET, por sua vez controlada pela IRI, e o restante distribuído entre acionistas privados. A concessão do serviço da radiodifusão e televisão em qualquer de suas formas, que o Decreto Real de 27 de fevereiro de 1936 atribui ao Estado, foi outorgada em 1952 por convênio realizado entre o Ministério dos Correios e Telecomunicações e a RAI. Sua validade inicial estabeleceu até 15 de dezembro do ano de 1972, sendo renovada posteriormente. As transmissões da televisão foram iniciadas na Itália, como serviço regular, a 3 de janeiro de 1954. No exercício de sua atividade, a RAI, como concessionária de um serviço público, está sujeita a uma série de limitações e controles, a fim de garantir o cumprimento dos interesses gerais. Tanto as diretrizes dos programas como as horas de transmissão são aprovadas pelo Ministério dos Correios e Telecomunicações. Tem por este motivo a obrigação de respeitar a independência política e a objetividade da informação. O controle desta obrigação é exercido por uma Comissão parlamentar nomeada pelos presidentes das duas câmaras, a dos Deputados e o Senado, entre os representantes dos diferentes grupos parlamentares. As principais fontes de recurso da RAI estão constituídas pela taxa de contribuição do rádio e da televisão, de um lado, e pelos derivados da publicidade radiofônica e da televisão, de outro. O uso da radiodifusão está regulado por lei. De acordo com ela, as pessoas que disponham de um ou mais receptores aptos ou adaptados à recepção das transmissões de rádio e televisão têm de pagar uma determinada taxa (de 12.000 liras anuais</p>



Produtos espanhol *El Hormiguero*



O italiano *Ti Lascio una Canzone*

<p><b>Itália</b></p>	<p>em 1971). O valor da taxa de contribuição é fixado pelo Estado, que deste modo determina que as rendas de publicidade estão condicionadas à obrigação de manter no limite máximo de 5% a incidência da publicidade sobre a emissão total, que só pode se elevar para 8% por motivos justificáveis e sempre com a autorização do Ministério dos Correios e Telecomunicações. A própria RAI participa de uma série de sociedades afins, relacionadas com as produções radiofônicas e para televisão. Para a produção de suas publicações foi criada a ERI, Edições da RAI. Em abril de 1975 foi votada uma lei garantindo a independência política da RAI, alargando o seu campo de aplicação e aumentando a autonomia das duas cadeias italianas de televisão; a lei afirma o direito do parlamento de controlar a escolha de programas.”</p>
<p><b>Suíça</b></p> 	<p>“O nascimento da Sociedade Suíça de Radiodifusão (SSR) ocorreu em Berna, a 24 de fevereiro de 1931. Integrava sete sociedades com sedes em diferentes cantões: Lausane, Zurique, Genebra, Berna, Basileia, Saint Gall e Lugano. A SSR receberia a 26 de fevereiro do mesmo ano uma concessão para si e para seis membros, e de acordo com ela foram distribuídas as tarefas de radiodifusão. O órgão supervisor da atividade da nova Sociedade seria a Direção Geral do Correio e Telecomunicações. Quando em 1951 começou a funcionar um serviço experimental de televisão, o Conselho Federal dirigiu às Câmaras um projeto de lei para financiá-lo. Para um orçamento de 4 milhões de francos a Confederação deveria contribuir com 2,4 milhões, enquanto a SSR se encarregaria do restante: 1,6 milhões de francos. Quando, finalmente, as transmissões de televisão puderam começar, a 20 de julho de 1953, o Conselho Federal outorgou uma nova concessão à SSR, que já agrupava sociedades, responsabilizando-a pelo serviço dos programas. O financiamento do serviço foi estatuído desde o começo mediante a aplicação de uma taxa anual, que durante a renovação da concessão, em 1958, foi fixada em 84 francos anuais para a recepção privada da televisão e em 168 francos anuais para a recepção pública. A 27 de outubro de 1964, o Conselho Federal outorgou uma nova concessão de 10 anos, atribuindo agora o serviço da programação às sociedades regionais, de línguas alemã, francesa e italiana, sob a responsabilidade geral do diretor geral SSR. Zurique, Genebra e Lugano foram designadas sedes das respectivas direções regionais de televisão. Do mesmo modo, o Conselho Federal autorizou a publicidade na tela pequena. Para realizá-la foi constituída, após muitas conversações com a Associação Suíça de Editores de Jornais, com a Associação Suíça de Anunciantes e com outras organizações interessadas, uma Sociedade Anônima para a publicidade na televisão, com um capital de 500.000 francos.</p> <p>A divulgação das mensagens publicitárias começou, com uma quota de 4 minutos em três sessões publicitárias todos os dias úteis, a 14 de fevereiro de 1965. O desenvolvimento posterior dos recursos derivados da taxa pelo uso do receptor e da publicidade possibilitaram à SSR apresentar um orçamento que se elevou a 190 milhões de francos, dos quais 33 milhões correspondem à televisão.”</p>
<p><b>Israel</b></p> 	<p>“As características especiais deste país condicionam uma peculiar organização. A lei de 17 de março de 1965, modificada posteriormente em 1966, e depois em 30 de dezembro de 1968, criou um Organismo de Radiotelevisão de Israel, com capacidade e personalidade jurídicas próprias, mas diretamente vinculado ao governo, que mantém o controle sobre este serviço público. O financiamento é feito na base da taxa por posse e uso do receptor, a qual é, atualmente, de 85 libras anuais.”</p>
<p><b>Portugal</b></p> 	<p>“O decreto-lei de 18 de outubro de 1955 atribuiu a uma Sociedade Anônima de responsabilidade limitada a concessão do serviço público da televisão em território português em caráter exclusivo. O capital da sociedade, 60 milhões de escudos, era dividido em 60.000 ações, das quais 20.000 pertencem ao Estado, outras 20.000 a 9 emissoras do continente, ilhas e ultramar, e o restante a bancos comerciais e à Caixa Geral de Depósitos. Posteriormente, o capital social foi elevado para 100 milhões de escudos, reservando-se ao Estado 60% das ações. A duração da sociedade é por tempo indeterminado, mas o mesmo não acontece com a concessão que foi fixada por um prazo de 20 anos, prorrogável por períodos de 10 anos. O financiamento de uma taxa pelo uso do receptor, 480 escudos anuais, e pela renda produzida pela publicidade televisada.“</p>






Programa suíço *Vjing*



Telejornal da RTP - Portugal



<p><b>Japão</b></p> 	<p>“Neste país coexistem dois sistemas de estruturas diferentes: o público e o comercial. O primeiro tem características bem semelhantes às da BBC inglesa. Até 1950, a Nippon Hoso Kyokai (NHK) exercia o monopólio da radiodifusão no país, e, embora bastante controlada pelo Ministério das Comunicações, tratava-se de uma companhia privada. Depois desta data, a nova lei de radiodifusão autorizou a criação de novas emissoras. O governo não tem nenhum interesse financeiro na sociedade nem tampouco lhe proporciona nenhuma subvenção. O financiamento de seus serviços é feito por meio da taxa pelo uso do receptor. Deve-se assinalar o fato de que ambos os sistemas de televisão vigentes enviam suas transmissões na mesma frequência. Por isso, os receptores capazes de captar as emissões da NHK podem também captar os programas das cadeias comerciais, que são quatro e dependem dos recursos proporcionados pela publicidade. A Nippon Television Network Corporation (NTV) foi a que primeiro se estabeleceu e, do mesmo modo, a primeira a transmitir a cor, a partir de 1960. As outras três cadeias comerciais são TBS, FUJI e NET-MBS.”</p>
<p><b>Estados Unidos</b></p> 	<p>“O exemplo norte-americano, modelo típico dos regimes liberais, se estendeu praticamente a quase todo o continente. O governo, através da Comissão Federal de Comunicações, se limita a conceder licença ou concessão a todas as empresas que desejem promover uma estação ou cadeia de televisão, sempre que cumpram determinados requisitos previamente estabelecidos pela legislação. Essas empresas se apóiam financeiramente no rendimento produzido pela publicidade comercial. Trata-se de sociedades comerciais, propriedades de grandes grupos financeiros, editoras de jornais, agências de publicidade e particulares. Ocasionalmente, como é o caso da cadeia dedicada unicamente aos programas educativos (a NET), são financiadas por fundações de caráter cultural (neste caso, a Fundação Ford). A maior parte das estações estão agrupadas em três cadeias que praticamente cobrem todo o território norte-americano: a ABC (American Broadcasting Company), a NBC (National Broadcasting Company) e a CBS (Columbia System). O sistema de difusão através de grandes redes permite suportar mais vantajosamente os altos custos da programação e dos equipamentos, mediante a distribuição proporcional dos gastos entre os membros da cadeia. Permite, além disso, oferecer aos anunciantes a possibilidade de divulgar seus produtos simultaneamente num amplo mercado potencial, o que de outro modo não seria possível.”</p>
<p><b>América Latina</b></p> 	<p>“A situação da América Latina é muito semelhante à dos Estados Unidos quanto às características gerais. Nota-se, contudo, um predomínio dos interesses pessoais, superiores em termos absolutos e relativos, nas organizações de televisão, aos que existem nos Estados Unidos. Algumas televisões são conhecidas pelo nome de seus proprietários individuais.”</p>



O programa americano *American Idol*



Desenho animado de TV japonesa





## Televisão aberta no Brasil: notas sobre os 60 anos

A TV precisa ser analisada como parte de um processo de mudanças e permanências das estruturas econômicas, políticas e sociais do país e não como parte isolada. A televisão precisa ser mais estudada a partir de uma abordagem socioeconômica, política e cultural que considere também o meio de comunicação como um agente que intervém e, ao mesmo tempo, reflete o ambiente no qual está inserido. (MATTOS)



Para entendermos como a *televisão se fez* no Brasil é necessário considerar o contexto vivido na época de sua implantação. Mesmo chegando ao Brasil na década de 1950, a televisão no país toma corpo e amadurece contextualizada pelo panorama nacional com suas inúmeras disparidades, suas oscilações políticas e econômicas, sua tendência ao modelo personalista, principalmente, nos empreendimentos de mídia e sua relação paradoxal entre Estado-Empresa, ou seja, entre público e privado.

O Brasil daquele tempo ainda figurava como um enorme “arquipélago cultural”, assim, pouco se sabia de sua diversidade cultural, de sua, ainda, inexplorada dimensão, devido a difícil comunicação entre as diferentes regiões. Essa é história de um país periférico com fortes marcas do movimento colonizador que se estabeleceu a partir de sua descoberta pelos portugueses, e que guarda, ainda, nos dias atuais resquícios, ou melhor, reflexos desse movimento. O que pretendemos, portanto, nesta parte do relatório é resgatar o que alguns autores já traçaram a respeito dessa trajetória. Partindo dos pressupostos ou explicações fornecidas por eles de como se deu a implantação e desenvolvimento da televisão no Brasil, acreditamos que, dessa forma, podemos estabelecer caminhos para o entendimento desse processo. A proposta é lançar mão dos aspectos mais significativos tendo sempre em mente que este é apenas um exercício exploratório, nunca conclusivo, apenas um indicativo dos motivos que fizeram a TV nesse país ter se apropriado de modelos e produtos de outras nações, todavia, estabelecendo uma dinâmica própria.

Ao transpor as primeiras décadas de sua existência no país, a TV alcança uma linguagem híbrida, que não é nem o padrão europeu e tampouco o norte-americano, como defendido por Wolton (1996) ao tratar da especificidade do processo televisivo no Brasil.

Realidades diferentes, histórias específicas. No entanto, a televisão brasileira guarda proximidade, principalmente em seu início, com o modelo de TV norte-americano, seja na sua implantação, ou na importação do que era produzido por esse país. Como foi explicitado anteriormente, a trajetória desse meio nesses novos domínios espelha suas diferenças, justificada, em grande parte, pelo contexto de sua constituição.

Com o passar dos anos, reverte-se o quadro de total dependência dos modelos externos, modificando-se ao longo de sua trajetória e construindo um modelo televisivo próprio, caracterizado, em grande parte, por fatores internos e não apenas pelos externos.

É importante considerarmos o estabelecimento, a partir da década de 1980, de uma linguagem televisiva brasileira que ganha terreno no seu processo de desligamento da dependência exclusiva da produção externa para televisão. Assim, o movimento de “nacionalização” da programação torna-se real, rompendo, a partir de então, com o movimento “colonizador” estabelecido pela hegemonia dos produtos televisivos norte-americanos.

De acordo com Wolton (1996) e reafirmado por Mattos (2002), o caso da televisão no Brasil é especial e relevante como objeto de análise. Por



Logotipo do 60 anos da TV Brasileira, criado por Rino Publicidade e Assis Chateaubriand, responsável pela chegada da TV no Brasil



Anúncio veiculado em mídia impressa na década de 1950, ano em que a Televisão no Brasil foi inaugurada

isso, faz-se necessário, dentre outros fatores, percebermos algumas características desse país como, por exemplo, seus diferentes ciclos econômicos e culturais.

Segundo Mattos (2002), o Brasil nos seus 400 primeiros anos orientava sua economia a partir da exploração de produtos eleitos pela demanda externa com um sistema que esgotava o produto sem mensurar toda sua potencialidade, sem estabelecer uma política diversificada de exportação e exploração dos produtos. Assim, foram marcados os passos iniciais da evolução econômica brasileira.

Quando o Brasil entra no quinto século de descobrimento, esse panorama se altera devido ao movimento industrial que chega por aqui e inicia sua expansão. Esse movimento modifica os rumos do país, imprimindo necessidades e objetivos diferentes dos até então vigentes nacionalmente. No entanto, as rupturas com as origens do movimento econômico, praticado anteriormente, não ocorrem de forma imediata e talvez nunca tenham acontecido definitivamente.

Se esse movimento cíclico era a política econômica vigente nos quatro primeiros séculos no Brasil é evidente que não havia infraestrutura que pudesse dar conta das demandas decorrentes da industrialização. Ainda sem a presença das novas tecnologias, não era fácil a locomoção e a comunicação nesse imenso território brasileiro, principalmente, o acesso ao consumo em grande escala dos bens industrializados produzidos pelos países desenvolvidos. Renato Ortiz defende que só em 1940, pode-se considerar o Brasil dando seus primeiros passos em

direção a *uma sociedade de massa*, mas com traços bem peculiares.

É dentro desse contexto de mudanças que se inserem os primeiros anos da televisão no Brasil. Mudanças essas que trouxeram a industrialização, a urbanização, a alteração na estratificação social, a implantação da burocracia e as novas formas de gestão e de controle público e privado, além do aumento populacional e do fluxo migratório da mão-de-obra do setor agrícola para o setor terciário. É nesse processo de modificações, segundo Ortiz (1991, p. 39), “que são redefinidos os antigos meios (imprensa, rádio e cinema) e direcionadas as técnicas como a televisão e o marketing”.

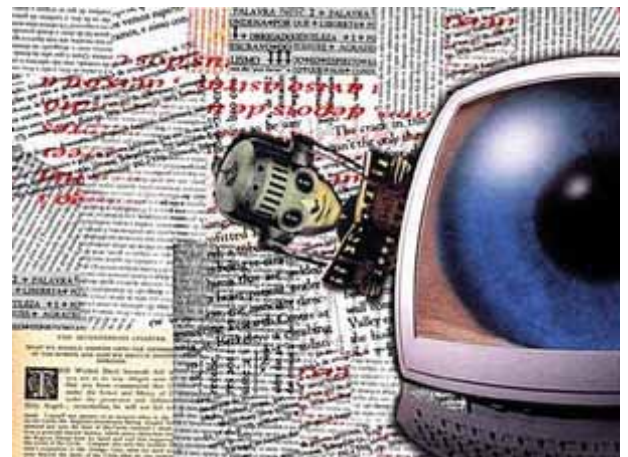
Nas três primeiras décadas do século passado, o Brasil experimentou um razoável crescimento industrial. (...) Em 1938, já existiam mais de sessenta mil fábricas no Brasil. Durante a Primeira Grande Guerra, o país teve excelente expansão industrial (...). Nos anos trinta do século XX, o modelo colonial de exportação de matérias-primas ainda era praticado. Apesar da grande expansão industrial, o país continuava a importar quase todos os tipos de produtos manufaturados que consumíamos, do palito de dentes aos automóveis. (ORTIZ, 1991, p. 18)

## A COMUNICAÇÃO MASSIVA

Em 1930, com a ruptura da Velha República, sistema político que mantinha traços coloniais



Ilustração de Andy Warhol para suas apologias sobre arte X cultura de massa



Comunicação massiva



Modelo de rádio da década de 1920







nas práticas econômicas, sobretudo ligadas ao desenvolvimento das exportações de matérias-primas, o Brasil assiste ao nascimento da cultura de massa:

O rádio já era mania nacional, Assis Chateaubriand criava o seu império jornalístico, cresciam o proletariado e as classes médias urbanas (formando o público de massa) (...) surgiam os primeiros grandes projetos de autonomia industrial do país. O público das grandes cidades já não era tão bitolado, tão controlado de perto quanto o dos meios rurais, mas também não era radicalmente diferente. (MUNIZ SODRÉ, 1978, p. 24-25)

Na verdade, o rádio é introduzido no Brasil em 1922 e durante toda essa década se faz a partir de experimentações e pouca penetração no país. Sua expansão e modificação iniciam-se no ano de 1930, com a chegada do rádio de válvula, proporcionando, conseqüentemente, seu barateamento e possibilitando sua disseminação.

Nesse contexto, o rádio no Brasil começa a abrigar, também, pessoas ligadas ao teatro e ao cinema, que sem condições de atuar nessas áreas, trazem suas competências para esse meio e produzem programas que marcam a programação desse veículo. Esses programas foram reaproveitados nos primeiros anos da televisão brasileira, caracterizando a migração do capital cultural acumulado no rádio que se deslocou para a televisão e marcou toda a linguagem televisual brasileira.

A partir de 1930, o rádio inicia um outro momento em sua trajetória, distanciando-se do modelo inicial, no qual predominava o estilo não-comercial e experimental. Dessa forma, o rádio passa a galgar outras frentes de atuação até se tornar, na década de 1950, o meio propagador potencial da *cultura popular de massa*. E assim surgem produtos que se destacam na história da indústria cultural brasileira e, por extensão, na história da televisão.

Entre as produções que marcaram a escala do rádio no Brasil estão os programas de auditório, a inserção de vários estilos musicais na programação, e especialmente a consolidação das radionovelas, introduzidas no Brasil em 1941. O sucesso desse formato, originalmente conhecido como *soap opera*, foi tão expressivo tornando a radionovela o produto típico do sistema radiofônico da época, garantindo, assim uma expressiva produção. Segundo dados apresentados por Renato Ortiz (1991), apenas a Rádio Nacional chegou a produzir 116 novelas, totalizando 2.985 capítulos.

Uma das semelhanças com outros modelos de televisão é que no Brasil o rádio também foi a mídia que deu base para implantação da TV. Mas mesmo nesse caso de similaridade, houve aspectos diferenciados. Enquanto nos EUA, o rádio forneceu bases de infraestrutura para expansão da televisão e a sua formação deu-se em grande parte por profissionais do cinema, no caso brasileiro, além da infraestrutura fornecida, foram os profissionais do rádio com suas experiências, competências e trajetórias de sucesso e popularidade que desenharam os



Modelo de rádio da década de 1940



Ary Barroso - apresentador de programa de rádio, compositor. Autor de AQUARELA DO BRASIL

primeiros contornos dessa que se tornaria a maior mídia da atualidade: a televisão.

No contexto das décadas que antecederam a vinda da televisão para o Brasil, apesar de não ser considerado como a época de total implantação da indústria cultural, são detectados movimentos que demonstram que vários setores dessa área se encontravam em ebulição. Começou, naquelas décadas, a ampliação da imprensa (revistas, jornais e livros) que aumentava seu volume de circulação; o rádio se expandia e se consolidava como veículo de maior poder de penetração em relação aos demais. O cinema demonstrava atividades marcadas pela forte hegemonia dos produtos norte-americanos no mundo todo e, em particular, no terceiro mundo. Naqueles anos também se configuraram as tentativas do cinema nacional.

Apesar dos anos cinquenta do século XX terem se configurado como anos de fomentação de vários setores no Brasil, levando em consideração o ponto de vista de Ortiz (1991), estes anos ainda eram frágeis em termos de infraestruturas para uma “sociedade de massa”. Várias áreas recebem investimentos, no entanto, as mudanças acontecem de forma paulatina, como é de se esperar pela herança histórica de um país colonial que necessita se inserir no movimento industrializado que caracteriza esses novos tempos. O reflexo da colonização de outrora deixa marcas, provocando o embate entre os “novos rumos” do país e gerando um profundo dilema entre o conservadorismo europeu colonizador e as tendências determinadas, em grande parte, pe-



Dona de casa ouvindo *radionovela*

los modelos norte-americanos representantes das necessidades modernas.

A esfera governamental é marcada pelo intercâmbio de forças entre o Estado e a iniciativa privada. Essa relação é caracterizada por uma cooperação mútua, na qual as dinâmicas do Estado e das empresas convivem, em muitos momentos, sobre o mesmo teto sem conflitos.

Essa simbiose pode ser constatada na trajetória, por exemplo, da Rádio Nacional, que nasce sob o signo da gestão pública só que direciona suas práticas a partir das orientações mercadológicas. Desse “casamento” entre empresa e Estado geram-se os impérios midiáticos que dominaram ou dominam o setor até os dias atuais no Brasil. Uma das bandeiras levantadas para a legitimação dessa “parceria” foi a de ter o mercado subsidiado às condições para integração do país sem ônus para o governo, já que naqueles tempos não havia as estruturas industriais e tecnológicas necessárias para essa expansão e teoricamente esses setores investiriam subsidiando essas infraestruturas. Teoricamente, pois, na maioria das vezes os investimentos eram em parte, ou totalmente, custeados pelo Estado, através de linhas de créditos, favorecimentos etc.

Renato Ortiz (1991) chama a atenção para o surgimento de iniciativas na esfera da cultura popular de massa que marcam significativamente esse setor. Entre os acontecimentos mais marcantes dessa fase de construção, está a fixação de normas padrão para funcionamento das agências de publicidade, em 1949, e a Criação da TV Tupi, um ano depois.



Cartaz e anúncio dos 50 anos da Rádio Nacional em 1986





O REPÓRTER ESSO - noticiário histórico do rádio e da televisão brasileira, apresentado por *Gontijo Teodoro*

REPORTER



10





Ao caracterizar cultura de massa como um movimento incipiente e inicial no Brasil, Ortiz destaca os fatos citados acima como sinalizadores de mudanças e como agentes ativos desse processo. Essas iniciativas buscavam a institucionalização e regulamentação de atividades, fornecendo base para a constituição da cultura de massa no Brasil. O processo, no entanto, é lento se comparado a realidades principalmente de países industrializados. Mais uma vez os diferentes estágios “evolutivos” marcam a trajetória e a implantação do processo da comunicação massiva no país. O Brasil não dorme rural e acorda urbano, não se desgarra do dia para noite de suas origens coloniais.

Para que isso acontecesse foram necessários muitos anos, e assim, ao longo deles o movimento de urbanização ocorreu, tentando imprimir aceleração aos seus passos como se para compensar os séculos de “adormecimento”. Era como se fosse necessário amadurecer rapidamente, tendo que queimar etapas ou abortá-las. Queimaram-se, assim, as etapas. Entrou-se na modernidade sem competências amadurecidas, sabendo-se pouco sobre o país e sua população, desconhecendo ou ignorando as competências e fragilidades individuais, coletivas e mesmo das instituições. Essa busca de compensação dos tempos “perdidos”, com certeza, trouxe vários problemas detectados com mais clareza atualmente, quando se verifica, por exemplo, a questão da distribuição espacial, as diferenças sociais gritantes entre as regiões, e mesmo as desigualdades percebidas nas distribuições de renda.

No caso brasileiro, o processo de inserção da TV e sua expansão estão fortemente ligados ao momento vivido no país, período de significativas mudanças de ordem econômica, social e política. O Brasil daquele tempo possuía uma orientação fortemente agrícola e só a partir dos anos 50, verificam-se as modificações em relação a esse quadro, ainda marcado pelo rural, ao se intensificarem os estímulos para a entrada no mundo industrial.

O Brasil da metade do século passado era um país predominantemente rural. Em 1950, o percentual de população residindo na área urbana é de apenas 20%. Em cinquenta anos, porém, essa distribuição da população inverteu-se completamente, caracterizando-se hoje como uma população majoritariamente urbana. Essas modificações marcam de forma inquestionável o caminhar da televisão, da mesma forma que sua inserção na sociedade brasileira, atua decisivamente na constituição da sociedade de massa (MATTOS, 2002).

Naquela época não havia ligação entre as regiões, o acesso no país de um extremo a outro não era fácil e algumas áreas se mantinham inexploradas. Era comum nesse período que as tendências “modernas” ficassem restritas ao eixo Rio-São Paulo. Para se ter uma ideia, até 1991, pouco mais de 48% dos domicílios da região Norte possuíam televisão. Em 1960, dez anos depois da chegada da TV no Brasil, o acesso era zero no norte do Brasil, enquanto no sudeste, o percentual alcançava os 12%.



Dona de casa admirando seu *aparelho de televisão*



Estúdio de *rádio norte americano* - modelo para o brasileiro



## A “GRANDE” ESTREIA DA TV

A chegada oficial da televisão no Brasil é datada de 18 de setembro de 1950. Apesar desse dia ser motivo de muita discussão anterior, a estreia foi fomentada e organizada por Assis Chateaubriand em seu sonho “louco” de implantar a televisão no país. Antes mesmo da estreia desse meio, o magnata dos Diários Associados contratava os profissionais do rádio com adendo em seus contratos, obrigando-os a prestarem serviços à televisão quando da sua instalação. Essas atividades extras seriam realizadas sem qualquer acréscimo às suas remunerações.

A inauguração foi cercada de muito improviso e amadorismo como pode ser constatado no depoimento de Georges Henry, um dos participantes dos primórdios da televisão no Brasil:

Para se ter ideia da improvisação que marcou a estruturação da emissora, os números musicais que seriam apresentados no dia da estréia só foram ensaiados na tarde do mesmo dia, 18 de setembro de 1950. Era impossível fazer diferente por causa do caos que marcou a semana que antecedeu a estréia. Simplesmente porque todos os músicos e cantores ocupavam todo o seu tempo nos programas de rádio e não tinham como ensaiar. No meio de toda aquela confusão, técnicos e diretores ainda eram obrigados a conviver com as excêntricas de Chateaubriand. (GONÇALO Jr., 2001, p. 155)



Assis Chateaubriand, de branco com chapéu, no dia da inauguração da TV Tupi

Baseando-se em Fernando Henrique Cardoso, Renato Ortiz destaca que os empresários daquela época estariam categorizados como “capitães de indústria”, identificados como empresários que direcionavam suas ações a partir das vantagens que poderiam ter das instituições governamentais e traçavam suas trajetórias no mundo dos negócios guiados pelo empirismo e pelo espírito aventureiro. Esse era o perfil do magnata Assis Chateaubriand:

(...) Chateaubriand pode ser considerado como o tipo ideal de capitão de indústria. Ativo empreendedor (...). Mas, ao mesmo tempo, um homem aventureiro, que busca nos acordos políticos a realização de suas propostas, e que se guia menos pelo cálculo racional que implica uma avaliação do mercado do que pelo empiricismo. (...) Chateaubriand havia encomendado um estudo mercadológico a uma companhia americana para conhecer as condições materiais para realização de um empreendimento como a implantação da televisão no Brasil. Os trabalhos concluíram que ainda era prematuro, devido a incipiência do mercado brasileiro, lançar-se a uma proposta de tal monta. Prevaleceu, porém, a vontade empresarial e política, marcada pelo signo do pioneirismo (...).(ORTIZ, 1991, p. 58-59)

A agitação que marcou a estreia da TV no Brasil também demonstra esse distanciamento do planejamento. Para termos uma ideia, ainda não



Assis Chateaubriand, “pai” da televisão brasileira



*Chico Buarque de Hollanda* finalista do Festival de Música da Record - 1967





existia no Brasil, mesmo próximo da inauguração da TV, sequer um transmissor para veicular as primeiras imagens da televisão. A descoberta da inexistência de transmissores foi constatada pelo técnico Walther Obermüller, responsável pela primeira veiculação televisiva, apenas um mês antes da inauguração da primeira televisão no Brasil. Ou seja, em toda a cidade de São Paulo, não havia televisor na casa de um único telespectador para receber as primeiras imagens transmitidas pela Tupi. (GONÇALO Jr., 2001).

Com todas as dificuldades, contratempos, amadorismo e até falta de público, o Brasil daqueles anos era um país que rumava para a industrialização, e nessa caminhada a TV contribuiu e beneficiou-se em cada uma das fases.

Um dos fatores que tornaram a TV uma boa opção foi exatamente ter se constituído como uma modificação da vida social da elite que, com a proibição do jogo, necessitava buscar outras opções de divertimento. Essa nova possibilidade de entretenimento não era dada aos menos favorecidos, mas a uma seleta parcela do público, justificada pela ocupação espacial, já que somente uma reduzida parte da população tinha acesso a essa tecnologia. Isso pode ser explicado em grande parte pela ocupação de apenas 20% da população em áreas urbanas, áreas essas nas quais as emissoras se localizavam (tendência mantida até os dias atuais, já que as grandes emissoras continuam instaladas nos grandes eixos econômicos brasileiros), mas também pela situação financeira e pelo atraso tecnológico. Principalmente se levarmos em con-

sideração a questão da transmissão dos sinais da televisão.

Nos anos cinquenta a transmissão era feita por antenas com reduzido poder de alcance, os sinais cobriam apenas um raio de 100 quilômetros a partir da emissão do sinal. Só nos anos 1960 é que o videoteipe passa a ser usado, permitindo que a reprodução dos programas produzidos no Rio de Janeiro e em São Paulo fossem veiculados em outras regiões. São criadas assim as primeiras e ainda primárias redes brasileiras. Também nessa década é iniciada a transmissão por microondas, permitindo o alcance ao vivo, por outros estados, das programações produzidas na região Sudeste. De acordo com Gabriel Priolli (2000) esses anos marcam o estabelecimento das redes rudimentares de televisão, mas também, anulam as possibilidades de produções das televisões regionais.

Vale lembrar que é só a partir da década de 1970 que a indústria de comunicação eletrônica se estrutura, consolidando-se assim no país. Mas é em 1985 que as transmissões televisivas via satélite se efetivam. Essas variáveis, aliadas a outras, como o baixo poder aquisitivo da maioria da população, formavam impedimentos decisivos, impossibilitando a disseminação do meio e delimitando-o a São Paulo e Rio de Janeiro. A televisão não se inseria, ainda nesses anos de implantação, na lógica do mercado.

Segundo Mattos (2002), com a chegada dos anos 1960 aumentam o consumo dos produtos industrializados e a consciência de “militares e civis”, de que o país necessitava de mudanças. Na procura de métodos para o desenvolvimento e moderni-



O “indiozinho” - marca registrada da TV Tupi de São Paulo



Walter Tasca com Sônia Maria Dorce

zação do país é que a televisão torna-se atividade economicamente viável, e inicia decisivamente sua expansão.

Com o golpe militar de 1964 o papel desempenhado pelos meios de comunicação foi diretamente afetado, já que o sistema político e a situação socioeconômica do país foram totalmente modificados pela definição e adoção de um modelo econômico para o desenvolvimento nacional. *Os veículos de comunicação de massa, principalmente a televisão, passaram a exercer o papel de difusores não apenas de ideologia do regime como também da produção de bens duráveis e não duráveis.* (MATTOS, 2002, p. 89)

A televisão foi, então, sendo incorporada aos hábitos cotidianos dos brasileiros paulatinamente e ganhou maior envergadura e expansão a partir de 1964. Com o golpe político não só a televisão, mas também os demais meios de comunicação de massa, passam a ter papel fundamental. Assim, neste período a televisão atuou na disseminação do discurso do governo militar, assumindo um caráter integracionista, como explica José Marques de Melo: *o reconhecimento da nossa própria realidade na televisão, ainda que turvada pelas malhas da censura, contribui decisivamente para consolidar a integração nacional, disseminando entre os brasileiros um sentimento de brasilidade.* (MELO, 2010, p. 148-149)

A partir desse breve percurso é possível verificarmos as características específicas da trajetória da televisão brasileira. Sejam por seus objetivos, por seu estágio tecnológico diferenciado, sua

orientação política, sua distribuição espacial ou suas características econômicas, por exemplo. Por isso, para Mattos (2002) os estudos que envolvem a televisão necessitam de contextualização local já que cada país possui trajetória própria e que não há como estudar esses rumos distantes das ações vividas interna e externamente.

Segundo Marques de Melo (s.d.), a televisão na América Latina teve implantação simultânea em cinco países: Argentina, Brasil, Cuba, México e Venezuela. Esses países, a exemplo do caso brasileiro, entram nesse “novo” processo midiático de forma prematura, em comparação aos países desenvolvidos. Do lado latino era precário o mercado para inserção dessa tão nova tecnologia e não haveria como torná-la um bem consumível em grande escala nesses países em curto tempo.

A necessidade crescente de modernização e nacionalização, refletidas em todos os campos do panorama do Brasil daqueles tempos, configura o cenário para diferentes investimentos. É nesse panorama de mudanças que surge a TV Excelsior com a “tentativa de um projeto brasileiro”.

Muda a orientação do país, mudam os rumos do cinema, do teatro e da televisão e, conseqüentemente, o que se produz nesse meio no final das décadas de 1950. Já existiam nesse momento ventos que prenunciam as necessidades cada vez mais urgentes de modernização e aderência ao movimento de industrialização, que se tornam forças motrizes para inserir a televisão e seus produtos na agenda do mercado.



Funcionários da TV Tupi de São Paulo - década de 1950



Câmera da TV Tupi de São Paulo



Para o alcance dos novos rumos o país necessitava transpor vários obstáculos, como a falta de integração nacional ou mesmo produzir o sentido de nação. Para isso, a TV tornou-se um meio propício ao alcance desses objetivos, mais a frente, com a implantação da rede nacional de televisão.

Como expresso por Priolli, a década de 1950 caracterizava-se como década insular da televisão, já nos anos 60 com a integração de recursos tecnológicos ao panorama brasileiro traz mudanças significativas para todo contexto televisivo e para o país.

## TV EXCELSIOR: UMA MARCA DOS ANOS 60

Se na década de 1950 a Tupi marca todo o cenário em termos de TV, nos dez anos seguintes entra em cena uma “nova” emissora, a TV Excelsior. Nova, pois promove rupturas que marcam a trajetória dessa mídia, semeando projetos que, desenvolvidos por ela, ganham credibilidade e audiência. Mudanças essas que marca a trajetórias das televisões no país até os dias atuais.

A Excelsior entra no ar em 9 de julho de 1960, em São Paulo, após ter passado por uma fase experimental. Com o objetivo de nacionalizar a programação da TV, inicia suas atividades em compasso com as necessidades do novo contexto brasileiro. Sua programação nos primeiros meses de estreia contava com filmes europeus, documentários ou seriados, entrevistas e telejornais. Com o passar dos anos são integrados festivais, musicais, *shows*

humorísticos, programas de auditório, telenovelas, seriado e teleteatro, alcançando seu objetivo.

Essa emissora traz inovações administrativas e gerenciais pautadas no modelo organizacional norte-americano. Desenvolve a grade de programação horizontal institucionalizando horários para veiculação dos programas de segunda a sábado e estabelece em simultaneidade a verticalização da programação que pressupõe a continuidade de assistência às próximas atrações – modelo de grade de programação seguido pelas emissoras até os dias atuais.

Um dos seus projetos é estabelecer uma rede nacional, intento colocado em prática em 1963, com a compra de uma concessão de canal no Rio de Janeiro. Trabalha a partir de então com dois módulos: um em São Paulo e outro no Rio, com produções distintas enviadas por fitas de videoteipe para exibição simultânea nas emissoras da rede.

É também em 1963 que essa emissora reorienta sua grade de programação, lançando a primeira telenovela diária *2-5499 Ocupado*. A telenovela diária é uma das estratégias da Excelsior para angariar audiência. Integra, assim, a telenovela à sua trajetória de programação como o produto que, ao longo dos anos 60, desbanca os teleteatros.

O advento da telenovela diária resgata as características do folhetim e a força do melodrama. E a exemplo do rádio, para que fosse possível sua produção, foram trazidos os textos de telenovela e sua produção foi mantida nesses anos iniciais pelas fábricas de sabão, que se tornaram patrocinadores potenciais dessas obras (Colgate Palmolive, Gessy-



PRF 3 - TV



Bibi Ferreira na TV Excelsior

Lever, dentre outras). Um movimento interessante discutido por Borelli e Ramos é o processo que se dá por terem esses patrocinadores forte presença no mercado latino-americano. Com essa presença em vários países latinos, funcionavam como rede favorecendo o intercâmbio de textos de telenovela entre países desse continente. Um mesmo texto depois de adaptado e consagrado como sucesso na televisão brasileira, retornava à língua de origem sob uma nova forma e era comercializado para outro país latino. Isso pode ser percebido como indicativo de um processo de hibridização das produções dessa época e, com certeza, de intercâmbios de bens simbólicos através das narrativas que agregam novos olhares e novas formas de contar a mesma história, transitando entre os países que, mesmo integrantes do mesmo continente, são detentores de diferentes culturas.

Rompendo outro paradigma estabelecido nas televisões até esse ano, a Excelsior descumpre o “acordo de cavalheiros” vigente, que previa a não contratação de profissionais que atuassem em outra emissora. Ao descumprir esse acordo tácito leva para o veículo os melhores nomes de várias áreas da TV, possibilitando, dessa forma, o alcance da meta de ampliar sua audiência que até então era insignificante em relação às demais emissoras.

O ano de 1963 é o início da virada da emissora e a Excelsior, em busca da ampliação da audiência, a partir de estratégias bem elaboradas de propaganda, torna o Canal 9 uma marca a ser lembrada. Para que essas estratégias se concretizassem alia a opção pela telenovela diária a demais ações gerenciais que

a destacaram na história da televisão brasileira. Outras emissoras pegam carona e utilizam também a telenovela para angariar público. Com certeza cada uma à sua maneira, a partir de seus recursos humanos, tecnológicos e financeiros.

A Excelsior inaugura modelos para o jovem negócio de TV, aplicando diretrizes que visavam a criação de departamentos, a utilização otimizada e customizada do tempo no ar, a profissionalização, a introdução do hábito de “ver televisão” orientado pela grade de programação.

Evidentemente deixando de ser o “patinho feio”, a telenovela torna-se a produção mais explorada da televisão ainda em um sistema de experimentação, baseada em textos estrangeiros, com diferentes formas de veiculação ditadas pelas necessidades da emissora e pelo gerenciamento dos patrocinadores que determinavam seus primeiros passos rumo à consolidação.

Tem início uma nova década, marcando um outro momento no panorama nacional que se reflete em todas as áreas e, como não poderia deixar de ser, na televisão brasileira. Afirmamos anteriormente que a televisão no Brasil, em todas as fases, após sua implantação, beneficiou-se e beneficiou o contexto social vivido nessas terras. Evidentemente a televisão não está isolada dos fatos sociais, é sim mais um agente no quadro de forças e ações que interagem com todos os elementos desse conjunto, sejam eles políticos, ideológicos, econômicos, sociais e culturais.

Nos anos anteriores, a Tupi marcou sua trajetória com o seriado *Vigilante Rodoviário*. Em 1964,



Atores gravando radionovela



Sérgio Cardoso e Aracy Balabanian em antiga novela da TV Tupi

*O Direito de Nascer* constituiu-se um fenômeno que determinou a integração – parece que definitiva – no cotidiano brasileiro, do hábito de acompanhar pela TV as narrativas ficcionais. Com *Beto Rockfeller*, em 1968, a emissora imprimiu outra orientação aos rumos da teledramaturgia brasileira, conseguindo, assim, manter sua presença na cena televisiva com destaque, liderando, com certo conforto, a audiência mesmo sob a ameaça da TV Excelsior. Durante toda a década de 50, a Tupi manteve uma posição hegemônica que, na década seguinte, seria perturbada pela presença da Excelsior. Nos anos posteriores, outras emissoras chegariam ao mercado. Manter-se-iam no páreo? De que forma?

## GLOBO E O INÍCIO DA LIDERANÇA

Nos anos setenta, a Tupi mantém sua presença, mas não mais de forma confortável, pois se vê ameaçada pela concorrência, especialmente pela TV Globo. O país dessa década se faz em clima de vigilância e censura iniciada com a tomada do poder pelos militares em 1964. Nesses novos tempos, além da obediência ao regime militar, era necessário concretizar o sonho de integração e nacionalização do Brasil e, como discutido anteriormente, os meios de comunicação de massa eram ideais para tais finalidades.

Nesse ambiente, no qual inúmeras variáveis interagem e se somam, a posição estrategicamente adotada pela TV Globo foi ponto-chave

para sua ascensão. Soube aproveitar, mais do que as demais emissoras, os ventos que sopravam a seu favor. Apesar de os efeitos do golpe de 1964 refletirem-se também em muitas das ações e atividades da emissora, a Globo soube administrar o capital, tanto em espécie como o capital simbólico, que detinha. Os meios de comunicação de massa eram pontos estratégicos para o sistema que se implantaria. Com habilidade, astúcia, ou a exemplo de outros *capitães de indústria*, utilizando influências e se beneficiando de favorecimentos, Roberto Marinho aproveitava a virada do regime político, tornando a jovem emissora a grande promessa que se fez realidade nos anos subsequentes. Só que não mais de forma empírica como antes realizado por Assis Chateaubriand, afinal a experiência da TV Excelsior já tinha se mostrado viável em bases gerenciais e administrativas planejadas. Nesse novo momento, a TV Globo com um trunfo a seu favor – a transmissão em rede – agrega afiliadas, mas com centralidade na distribuição de sua programação, que se irradia a partir da emissora que encabeça a rede. Distancia-se, dessa forma, dos anos de pura aventura e risco dos primórdios da TV Tupi e, também, das bases gerenciais traçadas por essa emissora que davam maior liberdade as suas afiliadas para escolha de programação a ser veiculada em diferentes localidades.

Por sua vez, a Excelsior tinha contra si todos os ventos adversários. Entrava em momento de desgraça por seus antigos apoios políticos e por sua inabilidade administrativa, que caracterizara seus últimos anos de funcionamento. Fatos exatamente



Câmera da TV Record em gravação na praia do Guarujá em São Paulo





opostos à forma como são marcados os feitos anteriores dessa emissora. A falta de gestão e sistematização de ações tornam-se elementos decisivos na derrocada dessa TV, logo ela, que inovara e possibilitara à televisão se tornar um bem de mercado e produtora de bens legítimos da indústria cultural implantada no país. O legado deixado para a TV brasileira por essa emissora e seu pioneirismo marcaram o que aconteceria depois na televisão e isso não pode, nem deve ser esquecido.

A trajetória da Excelsior é brilhante e fugaz. No entanto, o destaque dessa emissora se dá, naquele momento, pela forma como o processo de sua extinção se configurou, tendo muito a ver com o panorama político vivido no Brasil e pelo fato de seu desaparecimento favorecer os passos da jovem emissora, a TV Globo, que já nos primeiros cinco anos de atividades demonstrava a que veio.

É na década de 1970 que é iniciada a movimentação pela busca da consolidação da grade de programação que só pode ser considerada em seu conceito lato a partir dessa década. A busca pela verticalização da grade de programação, inaugurado pela Excelsior, é concretizado pela Globo, que, ao ampliar o leque de horários para veiculação, propõe essa forma organizacional para sua grade de programação.

O processo de estruturação da grade, a partir da busca da verticalização e horizontalização da programação, a cada ano se concretiza como estratégia na luta pela audiência. Nesse processo, as narrativas ficcionais e os telejornais são elementos vitais para os objetivos pretendidos de sistematização dos horários de programação.



*A Feiticeira*, com Elisabeth Montgomery e Dick York. Série exibida pela Record na década de 1970

## O ADEUS À TUPI

Em 1980 o país entra em outra fase já renunciada no final da década de 1970, deixando lentamente para trás o sonho de um país próspero e em expansão, para verificar, na chegada dos anos oitenta, o ônus resultante da busca da modernização e do amadurecimento industrial. Nesse panorama, uma brisa leve anuncia tempos de liberdade, e, para os brasileiros, muitas coisas mudariam. Para os meios de comunicação de massa muita coisa mudou. Só que todas as mudanças estão inseridas em um contexto de muitos problemas como crises políticas, econômicas, embates entre campos simbólicos. Nesse panorama, a televisão se mostra como um dos fortes campos possuidores de capital simbólico que a fazem detentora de considerável poder.

A democracia não se dá da noite para dia, o que foi abafado por vinte anos não surge instantaneamente, portanto, rumar para a democratização não foi um exercício fácil. Os brasileiros descobriram isso a duras penas. A televisão como produto e produtor é mais um fio que urde o tecido social brasileiro, em alguns momentos como cúmplice da situação, em outros como aliada do povo e ainda, em alguns outros momentos, apoiando posturas de esquerda. Em muitos momentos se absteve de posicionamentos, consagrando, com seu silêncio eloquente, interferências nos rumos do Brasil de forma mais eficaz do que inúmeros discursos.

Durante vinte anos o regime foi severo, a censura esteve presente ativamente em todas as manifestações, fossem elas de cunho artístico, cultural



Dina Sfat e Francisco Cuoco em cena de telenovela da década de 1970





*Caetano Veloso - finalista do Festival da Record de 1967 com Alegria, Alegria*





ou mesmo da indústria cultural. Indústria essa gerenciada e fomentada durante esses longos anos no país pelo Estado.

Mesmo com a clareza do papel da televisão nesse processo, resgatamos, aqui, mais uma vez a posição de Wolton (1995) que defende ser a televisão aberta o último *elo democrático de comunicação comum*. A complexidade do estudo da televisão necessita de visões que ampliem a forma de encará-la, sendo assim, as palavras de Wolton possuem significados essenciais na busca do conhecimento dessa dama que, depois de mais de meio século, ainda é uma desconhecida: a televisão.

Período brasileiro marcado pela necessidade do exercício do voto direto, pelas expectativas frustradas, por inflação, pelo falso milagre, pelos planos econômicos, e tantos outros fatores que não hão de ser esquecidos. Mas não há como apagar da memória também, para quem viveu essa época, Sinhozinho Malta interpretado por Lima Duarte e a Viúva Porcina, vivida por Regina Duarte, personagens de *Roque Santeiro*, telenovela censurada em sua primeira versão na década de 1970, regravada e veiculada entre de 24 de junho de 1985 a 21 de fevereiro de 1986. Muito menos há como esquecer o caixeiro viajante Seu Quequé, personagem vivido por Ney Latorraca em *Rabo de Saia*, veiculada de 08 de outubro a 02 de novembro de 1984, que conseguia tornar feliz três almas femininas, ou ainda a sensualidade de Dona Beija, em seu banho de cachoeira, personagem interpretado por Maitê Proença, em criação homônima veiculada de 07 de abril a 11 de julho de 1986.

No início dos anos 80, sai de cena a televisão pioneira, a Tupi, depois de três décadas no ar.

Em 18 de julho de 1980 – exatamente dois meses antes de a TV Tupi de São Paulo completar 30 anos como pioneira – a programação foi encerrada sem que se pudesse ouvir o Acalanto. Rapidamente os canais da Rede Tupi foram outorgados a outros grupos. A reparação da violência cometida será feita pela Justiça. Pode demorar algum tempo. Mas já está chegando. O reconhecimento à importância da contribuição da Tupi ao Brasil não acabou. Jamais alguém pode apagar a obra pioneira. Ela está permanentemente viva. O canto de luta dos Parecis ainda é mostrado com seus tantãs. Para saber o que significa, o que valem, basta dizer: TUPI. (CASTRO, 2000, p.149)

Esse parágrafo sintetiza de forma melancólica o testemunho de um dos participantes da trajetória da mais antiga emissora de televisão do Brasil. Fica explícita a necessidade de reparo da injustiça cometida ao extinguir-se esse capítulo da história da televisão nacional. Quando se trata de Brasil esse sentimento tem fundamento, pois se sabe que raros fragmentos são encontrados da longa caminhada dessa que foi a pioneira emissora televisiva.

Mais uma vez se percebe o poder do Estado, determinando as diretrizes para organização



Lima Duarte e o filho de Zeca Diabo - Globo, 1965



Irene Ravache em "Paixão de Outono" - Globo, 1965

do mercado televisivo. As mesmas diretrizes que comprometeram a continuidade da Excel-sior na década anterior. Com a saída da Tupi do ar, inúmeros telespectadores que chegaram a acompanhar os quatro capítulos de sua última produção ficaram sem conhecimento de seu final. Após várias crises na emissora, agravadas pela morte de seu fundador, a Tupi, em fevereiro de 1980, transmite sua última telenovela às 19 horas com o título de *Drácula, uma história de amor*.

Mas na dinâmica da televisão a máxima “tempo é dinheiro” é algo respeitado. Com a saída da veterana, rapidamente o mercado se reorganiza e passa a ter novos agentes atuantes, e, é assim que entram em cena o SBT – Sistema Brasileiro de Televisão e a Manchete, concorrentes para Rede Globo. Será?

Mesmo com ameaças que se prenunciavam para a Rede Globo, esses foram os anos de implantação e consolidação completa de sua liderança. Voando em um céu de quase brigadeiro, se não fossem algumas renunciadas nuvens, seu voo para o sucesso se daria sem qualquer turbulência. Essas nuvens não chegaram a atrapalhar, a hegemonia se confirmaria em cada um desses anos. Essa emissora estruturou-se nos anos 70 e chegou aos 80 para ser a mais importante produtora de televisão do Brasil, daí para alcançar o mundo foi só esperar a maturidade.

Os anos oitenta do século XX marcaram a história da televisão brasileira e muito disso se deve a Globo. Durante essa década, a Globo é re-

conhecida internacionalmente pela qualidade de seus programas. Além disso, suas produções são comercializadas no exterior em diferentes continentes.

Em clima de *Diretas Já*, o país vive os anos 80 em busca do direito de eleger seu representante maior. Nesses anos a televisão esteve presente apoiando ou direcionando a busca de milhões de brasileiros. Foi assim em 1984 quando a TV Cultura de São Paulo cobriu e transmitiu ao vivo o comício da Praça da Sé pelas Diretas. Após a iniciativa dessa emissora pública, as demais aderem ao clima e passam a cobrir toda movimentação da mobilização que catalisou as expectativas nacionais.

Não foram anos calmos. Muita coisa aconteceu no país no campo político, no âmbito social e no setor econômico. No mercado televisivo a movimentação era intensa. TV Manchete e SBT tornam-se competidoras da Globo que em muitos momentos se viu ameaçada pela sensualidade de *Dona Beija* e pelas sedutoras imagens de *Kananga do Japão*. Mas não foram só essas as ameaças que pairavam sobre o campo televisivo. A grande inovação tecnológica bateu às portas no universo televisivo: a TV a cabo. Tem início a montagem de canais universitários, o Bispo Edir Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus, compra a Rede Record. O conforto que a Rede Globo usufruía durante os anos de 1970 não é mais o mesmo, embora ela continue mantendo a posição de líder de audiência e principalmente à frente das demais emissoras em termos de produção de ficção televisiva e de produtos nacionais.



Novela *A Viagem*, de Ivani Ribeiro - Tupi, década de 1970



Roberto Carlos, Wanderléia e Erasmo Carlos, ídolos da *Jovem Guarda*



## UMA DÉCADA "COLLORIDA"

O país rumava para seu primeiro governo civil após trinta anos de alienação desse direito imposta aos brasileiros. Tanto a eleição do primeiro presidente por voto direto quanto os episódios que culminaram com seu impedimento para governar, dois anos após sua posse, foram acontecimentos que tiveram na televisão palco privilegiado para seu desenrolar. Mas como ocorre a estruturação da televisão nacional nos 90?

Nos primeiros anos dessa década muito do que acontecia no plano do real se confundia com o ficcional. Os anos iniciais decorreram como promessas de um país novo, todavia, muito cedo, as esperanças mostraram-se inviáveis por todas as expectativas que, paulatinamente, não se concretizavam. As propostas de um país livre de corrupção e rumando para um estágio de pleno desenvolvimento ficaram no plano do imaginário. Não se pode negar, entretanto, que, apesar de todas as frustrações, muitas mudanças aconteceram e transformaram o panorama do Brasil. Em termos de televisão, implanta-se no país o sistema de TV por assinatura, entram em cena outras emissoras e novas formas de gestão da televisão são constituídas.

Ao atualizar os dados sobre televisão no Brasil, Mattos (2010) insere informações interessantes das décadas mais atuais, que nesta publicação se torna pertinente destacar. Segundo o autor as três últimas fases da televisão estão categorizadas da seguinte forma.

O período de 1990 a 2000 considera pelo autor como "*Fase da Globalização e da TV Paga*". Ao longo de toda a década de 1990 discutiu-se muito sobre a globalização e seus efeitos. E foi neste contexto que a televisão por assinatura, cabo ou satélite, começou a ser estruturada, assim como a televisão de alta definição passou a fazer parte dos debates. Nesse momento, também, a televisão interativa começava a surgir, a exemplo de *Você Decide* (Rede Globo), que estreou em 1992 e fez um sucesso tão estrondoso que os telespectadores iam às ruas e praças manifestar sua opinião ao vivo, no microfone da emissora. Era a oportunidade que o público tinha de fazer parte da teledramaturgia, trazendo-a para sua vida e tornando-a real. Até porque, neste caso, diferentemente das telenovelas, era o seu voto que decidia o final, ele tinha a oportunidade de decidir quem era o mocinho e o bandido, quem merecia ser feliz e merecia ser castigado.

Os anos noventa foram, também, anos de incremento das infraestruturas das emissoras, visando o aprimoramento das produções para exportar os programas e formatos de maior sucesso. As duas principais emissoras naquele momento eram Rede Globo, que em 1992 construiu o maior centro de produção televisiva da América Latina o Projeto Jacarepaguá (Projac- Central Globo de Produções) e o SBT que seguiu o mesmo caminho e em 1996 se instalou no Complexo Anhanguera (MATTOS, 2010, p. 42).

No campo legislativo foram criadas e aprovadas duas novas Leis que interfeririam no segmento de comunicação: Lei 8.389, de 30 de dezembro de



Ilustração retirada da web (autoria desconhecida)

1991, regulamentando o Conselho de Comunicação Social, e a Lei 8.977, de 6 de janeiro de 1995, regulamentando o serviço de TV a Cabo. Esta, considerada uma das mais democráticas e avançadas do mundo apresentando perspectivas inéditas ao exercício da cidadania e a possibilidade de expansão do mercado de comunicação. Leis que trouxeram reflexos diretos aos negócios da TV aberta, dada a abertura proporcionada. O temor era que a hegemonia da audiência fosse afetada. Ao diluir a audiência, a emissora líder deixaria a zona de conforto que por muitos anos desfrutou.

Já no governo de Fernando Henrique Cardoso, entre 1995 e 1996, foram feitas revisões nos regulamentos e normas da legislação vigente, havia a preocupação com um serviço que atendesse as necessidades, deu-se o início da tecnologia digital de transmissão. No primeiro mandato, FHC priorizou a privatização das empresas de telecomunicações, enquanto no segundo mandato aumentou o controle do governo sobre as televisões educativas. Ainda entre estes dois períodos, FHC concedeu 1848 licenças de repetidoras de televisões, dessas mais de 260 pertenciam aos políticos. No final do segundo mandato, FHC aprovou ainda 291 concessões. (MATTOS, 2010, p. 44).

Nesse período de tantas concessões, de *boom* na venda dos aparelhos de TV, em função da moeda estável e da formação de um contingente de 24 milhões de novos telespectadores é que a disputa pela audiência se acirra. A briga pela audiência fomentou a criação de programas destinados às classes C e D com os conteúdos mais escandalizadores da década

de 90. Os programas, incluindo o telejornalismo, passaram a ter baixíssima qualidade e grosseiro nível cultural, apostando na erotização, cobertura de assassinatos, mortes etc. Já no final dos anos 90, o governo reagiu contra tudo isso e em novembro de 1998 o Secretario Nacional dos Direitos Humanos tentou implantar o “manual de qualidade contra o baixo nível da programação da nossa televisão”. Ainda em 1998 as emissoras deram início à discussão de um código de ética, cujo objetivo era estabelecer uma autorregulamentação. Em 8 de dezembro de 2000, a Portaria nº 796 estabeleceu uma série de restrições, obrigando as emissoras a respeitar e informar os limites classificatórios, por faixa etária adaptada ao horário. Mas antes disso, em 1999, a ABERT também criou um comitê que julgava e multava as emissoras que passavam dos limites, como o SBT e seu *Programa do Ratinho*, e a Globo, com seu *Linha Direta*. (MATTOS, 2010, p. 45).

A despeito dessa parcela da programação de baixa qualidade, a televisão brasileira amadureceu em outros aspectos e consolidou sua expansão internacional, como a Rede Globo, por exemplo, criou a TV Globo Internacional. Essa exportação fez surgir um novo dado: a pressão para que a legislação brasileira permitisse a entrada de capital estrangeiro nos veículos de comunicação nacionais. Em 2000 foi iniciada no Congresso Nacional a discussão da Proposta de Emenda Constitucional visando permitir a participação de empresas estrangeiras em até 30% do capital das empresas brasileiras de rádio e televisão. Sendo aprovada em 2002 a Emenda Constitucional 36/02.



Complexo Anhanguera do SBT em São Paulo



Comercial da Rede Globo de Televisão





PROJAC - Jacarepaguá/RJ - Estúdios da TV Globo



Cidade cenográfica no PROJAC da TV Globo - representação de Vila na Toscana - Itália - para telenovela *Passione*, 2010



Da precariedade dos primeiros tempos, a televisão brasileira passa por estágios dinâmicos, alterando significativamente seu papel nacionalmente e no mundo. Repassar e analisar cada ano, cada década, dependeria de espaço e investigações aprofundadas, não cabendo nesta proposta.

Mattos, numa retrospectiva dessas seis décadas, destaca a dependência da televisão em relação à publicidade e também ao fato de, ao longo desses anos, ela ter conquistado aproximadamente 50% (ou mais) do bolo publicitário brasileiro, realidade que veio mudando aos poucos com a chegada das novas tecnologias. Nos primeiros anos da televisão no Brasil as dependências se expressavam contundentemente, fazendo com que os anunciantes decidissem, inclusive, o conteúdo dos programas, assim como que artistas deveriam estar em determinadas produções. Em função disso os programas eram identificados pelo nome do patrocinador, inclusive telejornais: *Telenotícias Panair*, *Repórter Esso* e *Telejornal Pirelli*. Em 2010, houve um resgate desse formato com, pelos menos, três produções nacionais que levaram os nomes dos patrocinadores: *IT MTV ELLE* (MTV BRASIL-2010), *Busão do Brasil Guaraná Antarctica* (BAND-2010) e *Colírios Capricho* (MTV BRASIL, 2010).

## O SÉCULO XXI

A publicidade é tão vital para o modelo de televisão brasileira que, entre 2000 e 2002, com a gra-

ve crise publicitária que atingiu os principais anunciantes, a Rede Globo acumulou uma dívida de mais de 2 bilhões de dólares. (MATTOS, 2010, p. 26).

Mattos assinala ainda que a primeira década dos anos 2000 foi, e está sendo, marcada pela integração: vida real, televisão e internet, assinalando o nascimento do “futuro tecnológico” no Brasil desde o anúncio da criação da WEB TV e, hoje, com a convergência entre TV e Internet está cada vez mais real. A mudança no formato do aparelho receptor que passou a ter tela plana e som estéreo *surround*, logo após vindo ser de plasma e LED, até a venda de aparelhos com tecnologia de alta definição (*High Definition*). Toda esta mudança prepara os milhões de brasileiros para chegada da televisão de alta qualidade de som e imagem.

Na verdade, a década que estamos vivendo, vem sendo caracterizada pelo desejo cada vez maior por tecnologia de ponta e pelas facilidades que ela proporciona. Assim é com a televisão, com o celular (onde já é possível ver TV), com o cinema (3D) e até com o DVD e *Blu-ray*. Além disso, hoje existem minitelevisores em carros, aviões, ônibus, metrô e *shoppings*.

É nesse contexto que o presidente Luís Inácio Lula da Silva assina o Decreto nº 4.901, em 26 de novembro de 2003, estabelecendo as bases para a definição do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), cujas finalidades são: promover a inclusão social, a diversidade cultural do país e a língua pátria por meio do acesso à tecnologia; propiciar a criação da rede universitária de educação a distância; estimular a pesquisa e o desenvolvimento



Conexão por rede mundial de computadores WWW



Internet

e propiciar a expansão de tecnologias brasileiras e da indústria nacional relacionadas à tecnologia de informação e comunicação; planejar a transição do processo da TV analógica para a TV digital, de modo a garantir a gradual adesão de usuários a custos compatíveis com sua renda (MATTOS, 2010).

O Brasil passou pela discussão, mesmo que restrita e direcionada, de decisão de escolha de qual padrão aderir, entre os três padrões existentes para se implantar o sistema digital: o norte-americano ATSC (Advanced Television Systems Committee), o europeu DVB (Digital Video Broadcasting System) e o japonês ISDB (Terrestrial Integrated Services Digital Broadcasting). Por meio do Decreto 5.820/2006 a tecnologia japonesa foi aprovada como base para o sistema brasileiro devido aos custos mais baixos e maior facilidade de transferência de tecnologia e mobilidade – hoje é conhecida como SBTVD-T (Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre) – e já foi adotada pela Argentina, Chile, Venezuela, Peru, Equador, Paraguai, Bolívia e Costa Rica. O Decreto estabeleceu, inclusive, as diretrizes do processo de transição, privilegiando, além da interatividade e da alta definição *a transmissão digital simultânea para a recepção fixa, móvel e portátil*.

Em 2 de dezembro de 2007, o padrão de TV digital terrestre adotado no Brasil foi implantado em São Paulo e expandido aos poucos para as principais cidades. Desde então as emissoras (TV aberta e TV Fechada) vêm produzindo seus programas em HDTV e assim será até o desligamento definitivo do sistema analógico. O Ministro das Comunicações, Hélio Costa, afirmava, nessa ocasião, que a transi-

ção seria concluída em 29 de junho de 2016. E até lá as empresas atuavam com os dois sistemas através de canais consignados pelo governo federal.

Assim como a década de 90 foi marcada por mudanças orientadas ao compromisso com a qualidade do conteúdo, os anos 2000 têm vivido significativas mudanças estruturais, pois o desenvolvimento tecnológico vem contribuindo para o surgimento de um ambiente de convergência midiática e produção de conteúdos multimídia. A internet tem permitido o transporte, o armazenamento e a redistribuição de produtos audiovisuais, dados e voz.

Em 2010, mais do que em qualquer outro momento da história, as linguagens se cruzam de tal forma que a mídia convencional tem buscado o telespectador nas redes sociais e até nos sites de relacionamento. A adequação é tanta que o telespectador/internauta tem quase o poder de editor-chefe, pois faz chegar aos mais altos escalões das emissoras a sua opinião e o seu parecer sobre o que é bom para si. Não é à toa que mídia de massa tem se rendido à segmentação.

Para exemplificar um pouco mais desta convergência, o canal aberto e segmentado MTV Brasil, atento às tendências e às opiniões da audiência, experimentou, em 2009, um novo formato de programa, mais adequado às novas linguagens utilizadas pelo jovem brasileiro: o programa de 15 minutos. É o tempo de um bate-papo. É o tempo ideal para evitar o recurso do *zapping*. Foi também a primeira emissora aberta a proporcionar ao internauta-telespectador a possibilidade de ser lido e ouvido em tempo real pelo *Twitter*.



HOJE: Programa exibido por *sinál digital*



ONTEM: Comercial da *TV Excelsior*

Outra inovação da MTV no caminho da interatividade é contada em um artigo online no site da ABERT:

A MTV Brasil realizou nesta quarta-feira (20) evento no Rio de Janeiro para comemorar seus 20 anos de programação. Como parte da celebração, espectadores acessaram um *quiz* musical na internet, cujo código foi fornecido durante a transmissão da festa, numa ação inédita na TV aberta brasileira. Os participantes que responderam a mais perguntas corretas ganharam prêmios. (ABERT, 2010).

A partir de 2010 Mattos indica o período batizado por ele de *Fase da Portabilidade, Mobilidade e Interatividade Digital* configurada pelo reforço ao usuário como agente transformador atuando em múltiplos papéis: receptor, emissor, fonte de informações, produtor e distribuidor de conteúdos. Algo inimaginável nos primeiros estudos da comunicação.

O celular é um dos principais dispositivos portáteis de recepção da TV digital. E mesmo que a acessibilidade custe um pouco mais, o consumidor – telespectador- internauta – editor, está disposto a pagar o preço do “conforto”. Assim, a concorrência entre os fabricantes dos aparelhos se acirra. Estes, por sua vez, receberam incentivos fiscais do governo federal para promoverem a democratização e a acessibilidade ao fabricarem aparelhos com o sinal de TV digital aberta e gratuita. Mattos destaca que:

(...) o dilema, nesse momento, é como baratear a conversão do sistema analógico em uso, a fim de obter a adesão da maior parte da população de baixa renda per capita. E ainda prevê que a disseminação do hábito de assistir programas de TV no telefone celular, poderá criar novos horários nobres assim como estimular a criação de conteúdos e formatos específicos, como miniepisódios dos seriados de TV. (MATTOS, 2010).

A força da televisão é grande e ao agregar as ferramentas e tecnologias dos demais meios de comunicação, fortalecerá sua consolidação e abrirá oportunidades de negócios antes vistos como saturados. Ao escrever, recentemente, sobre essa trajetória da sessentona TV brasileira, Emanuel Soares Carneiro (Presidente da ABERT), diz: (...) *um case de padrão internacional, graças à inicial ousadia de Assis Chateaubriand, a evolução tecnológica, o arrojo empresarial e o talento dos nossos profissionais.* (ABERT, 2010). E complementa: *com uma penetração de 95,7% dos domicílios (2009, Pnad/IBGE), este meio popular por vocação tem sido capaz de integrar milhões de pessoas, valorizar as realidades regionais, e dar-lhes acesso gratuito a informação, cultura e entretenimento. Seu papel para o fortalecimento da identidade nacional é incontestável. (...) A TV consolida a democracia.*

Para corroborar com suas afirmações, Emanuel, cita ainda que uma recente pesquisa revelou que para 66,3% das pessoas a televisão aberta é o meio de comunicação mais relevante para buscar



Portabilidade: programas televisivos transmitidos por mini TV





informação, e para 69,4% é a mídia mais confiável. Não é a toa que atualmente há

496 emissoras de televisão, sendo 295 comerciais e 201 educativas, e mais de 5.000 estações retransmissoras. A indústria televisiva brasileira gera mais de 200 mil postos de trabalho, diretos e indiretos, produz 70 mil horas/ano e, apenas em programas jornalísticos, 180 mil horas/ano. Cerca de 70% desse conteúdo é nacional - 90% se considerado apenas o horário nobre (ABERT, 2010).

### A expectativa do presidente da ABERT

(...) é até 2012 ter disseminado no Brasil o padrão digital de televisão que, mais do que qualidade superior de imagem e som, permitirá o avanço da mobilidade e da portabilidade, ou seja, a capacidade do telespectador receber o sinal em aparelhos portáteis ou celulares. O sistema nipo-brasileiro também se internacionaliza, sendo adotado até o momento por 11 países. (ABERT, 2010).

### Fases do desenvolvimento da TV no Brasil (Mattos, 2010)

Fases	Período	Características
Elitista	1950-1964	<i>Televisão artigo de luxo destinado apenas à elite econômica.</i>
Populista	1964-1975	Televisão considerada um exemplo de modernidade e programas de auditório e baixa qualidade tomavam grande parte da programação.
Desenvolvimento tecnológico	1975-1985	<i>Quando a redes de televisão se aperfeiçoaram e começaram a produzir, com maior intensidade e profissionalismo, os seus próprios programas com estímulo de órgãos oficiais, visando, inclusive, a exportação.</i>
Transição e expansão internacional	1985-1990	<i>Durante a Nova República, quando se intensificam as exportações de programas.</i>
Globalização e TV paga	1990-2000	<i>Quando o país busca a modernidade a qualquer custo e a televisão se adapta aos novos rumos da democratização.</i>



Antiga câmera da TV Record, década de 1960



Assis Chateaubriand acompanha transmissão de programa pela TV





Os Mutantes e Gilberto Gil - Festival de Música da Record - década de 1960

Fases	Período	Características
Convergência e qualidade digital	2000-2010	<i>É adotado os sistema de televisão digital do país e iniciada sua implantação até a substituição total do sistema analógico com previsão para ocorrer até o ano de 2016. Nessa fase os recursos tecnológicos apontam para uma interatividade cada vez maior dos veículos de comunicação, principalmente da televisão, com a internet e outras tecnologias da informação.</i>
Portabilidade, mobilidade e interatividade digital	2010...	<i>O mercado de comunicação e o modelo de negócio vão se estruturar definitivamente, devido ao espaço ocupado pelas novas mídias, a exemplo do celular digital. Nesta fase a produção e distribuição de conteúdos serão de fundamental importância para as rede de televisão.</i>

Fonte: quadro elaborado com as informações contidas na obra de Mattos (2010, p. 84-86)

Como traçado ao longo deste texto, as diferenças ditadas pelos estágios econômicos do Brasil estabelecem particularidade a essa história. Mas mesmo com todos os prognósticos contrários *a televisão se fez...* Por esses domínios e de alguma forma contrariou a racionalidade econômica. Os custos e os benefícios desse rompante latino terão que ser estudados ainda por muitos anos e, com certeza, sobre vários aspectos e clamando por diferentes olha-

res. A partir desta perspectiva na busca de ampliar a agenda de investigação sobre a estruturação da televisão neste país tão diverso, com especificidades regionais significativas, nada mais instigante do que caminhar por universos ainda pouco explorados. Nesta publicação essas questões serão apenas tangenciadas, mas que se apresentam como campo rico de investigação a partir de um questionamento: como *se fez* a TV no Pará?



Portabilidade: programas televisivos transmitidos por telefone celular





Um dos maiores comunicadores do rádio e televisão brasileiros: *Abaildo Barbosa* "O CHACRINHA"







## Os anos iniciais das TVs no Pará

Todas as defasagens entre o papel considerável desempenhado pela televisão e o conformismo crítico que a envolve ilustram uma vez mais a falta de reflexão da parte das elites sobre a sociedade contemporânea e o quanto suas críticas constantes em relação à sociedade de massas, sob o manto da lucidez, exprimem seu conformismo e ilustram seu atraso em compreender três grandes questões da modernidade: a comunicação, a maioria e a relação entre esfera pública e esfera privada em uma sociedade aberta.(WOLTON, 2003, 64)





Um dos anúncios sobre a chegada da TV MARAJOARA em Belém do Pará



# TV MARAJOARA

CANAL  
**2**

**SIMCA**  
*Chambord*



fabricado no Brasil



**UM  
MARCO  
DE  
PROGRESSO  
NA  
AMAZÔNIA**

Aqui, nestas paragens, a televisão chega em 30 de setembro de 1961 em um contexto de pré-ditadura, prenúncio de tristes tempos. A aquisição do novo empreendimento dos Associados foi coordenada por Luiz Brandão, que veio ao Pará a mando de João Calmon para fazer a aquisição dos jornais A Província do Pará e Folha do Norte e, na sequência, da TV Marajoara (PEREIRA, 2002). Capitaneada por Péricles Leal entra no ar a primeira televisão paraense, ocupando o canal 2, a emissora Marajoara, integrada aos Diários Associados, inicia seu funcionamento. Como pertencente do conglomerado de Assis Chateaubriand, a TV Marajoara, segue os passos da primeira emissora de TV do país, a Tupi, que a época ainda detinha a expertise na área. Embora na década de 1960 a Tupi já desse sinal de fragilidade econômica e financeira, mantinha ainda a liderança do campo televisivo.

A grade de programação da Marajoara é posta em funcionamento a partir dos ditames da TV Tupi. No entanto, por todas as questões que cercavam os anos de implantação da televisão no Brasil, a distribuição dos conteúdos para veiculação pelas emissoras do grupo era envolta em logísticas complexas para época. O processo não estava integrado a partir de uma rede de distribuição de conteúdos, era rudimentar e necessitava vencer distâncias imensas, típicas do ainda “inexplorado” território brasileiro. O compartilhamento dos produtos televisivos não se dava de forma instantânea como atualmente. Assim, era evidente a necessidade de produzir conteúdos localmente, mesmo que seguindo os modelos implantados na cabeça de rede.

Não restam dúvidas de que o sistema, no qual predomina a programação da cabeça de rede, trouxe benefícios organizacionais ao negócio de TV, mas o apagamento e quase extinção das produções locais, sem sombra de dúvidas, acarretou um grande *déficit* para as várias e múltiplas regiões brasileiras. São questões que marcam a trajetória da televisão no Brasil e necessitam de análise acurada, principalmente nesses tempos de transição digital. Para os que acompanharam as primeiras décadas de implantação da TV no Pará, esses questionamentos dividiam opiniões. Essa discussão sobre regional x nacional permeava a televisão há muitos anos:

Para os regionalistas a programação em rede aviltava a cultura local, gerava mudanças de comportamento nas pessoas, transmitia a ilusão da vida em mar de rosas e, nesse particular, seria até responsável pela corrida para as grandes cidades e o conseqüente esvaziamento do campo. Para outros, defensores da manutenção e até ampliação das redes nacionais, somente as programações nacionais poderiam permitir o desenvolvimento tecnológico e artístico dos programas de TV. (REVISTA ESTÚDIO, 1987, p.11)

A título de exemplo, em Belém, a mais ouvida incursão da TV no campo da produção local, foi o *TV Cidade* que ficou no ar por longas décadas.



Reportagem sobre a TV MARAJOARA em Belém do Pará



Anúncios da TV MARAJOARA, canal 2

## A CHEGADA DA PIONEIRA

A TV Marajoara nasce em anos difíceis e precisa vencer desafios que vão da falta de mão-de-obra à chegada das produções norte-americanas. Mesmo com todas as dificuldades, a estréia da Marajoara foi um marco na história do Pará, foi um acontecimento coberto pela imprensa, aquecendo o mercado publicitário.

Ao longo de todo o mês de setembro de 1961, o jornal A Província do Pará divulgou anúncios publicitários de expectativa (os *teasers*), avisando sobre a chegada da nova emissora, que seria inaugurada no dia 30 daquele mesmo mês. 1961 foi um ano de grandes acontecimentos para o Brasil e para Belém.

A instalação da televisão foi encarada com um salto para modernidade, um fato que por si só inseriria o Pará no processo de desenvolvimento do país. A crença na tecnologia como única modificadora de realidades está presente na fala de seu primeiro diretor, Frederico Barata:

*E nas plagas distantes, neste Brasil imenso, ninguém mais poderá menosprezar a nossa cultura e o nosso desenvolvimento, porque, quando alguém apoucar-nos, logo redargüiremos com orgulho que somos uma cidade em tão franco progresso que até televisão já possuímos (...) Está inaugurada no Pará a era da televisão. (PEREIRA, 2002, p. 25)*

É certo que a chegada da televisão não resol-

veu as questões sociais do Estado e sequer o lançou ao patamar de desenvolvimento almejado identificado na fala destacada, no entanto muitas foram as mudanças. As relações econômicas, por exemplo, foram alteradas, indicando necessidades demandadas pelo novo meio. Configuraram-se a estruturação de novos postos de trabalhos, novos investimentos... E a Marajoara, como pioneira, foi responsável pela formação de recursos humanos para atuação na televisão.

Por ser a primeira, a TV Marajoara treinou e formou os profissionais que depois atuaram nas emissoras paraenses seguintes, como foi o caso da TV Cultura, que em 1987 foi beneficiada por essa experiência, quando Francisco Cezar e Afonso Klautau criaram uma grade de 11 programas regionais, alguns sendo transmitidos nacionalmente.

Ao longo de seis anos, a TV Marajoara foi a única responsável pela veiculação dos programas televisivos no Pará. Só em 1967 que a TV Guajará, canal 4, investimento familiar, traço comum ao sistema televisivo brasileiro, entraria em cena, trazendo inovações. As mudanças trazidas pela Guajará foram significativas para o cenário televisivo, até então explorado por uma única emissora. Tem início, assim, o processo de concorrência entre os veículos.

## As mudanças implementadas pela Guajará

A TV Guajará, empreendimento de Lopo e Conceição de Castro (a primeira mulher a exercer



Um dos anúncios sobre a chegada da TV MARAJOARA em Belém do Pará



A TV MARAJOARA chega no Pará em clima de muita festa

a função de diretora de televisão), promoveu um aquecimento no mercado local e iniciou a luta pela audiência, a ponto de existirem campanhas em revistas locais para a compra do segundo televisor para facilitar a vida das famílias.

A Guajará foi a primeira emissora a operar com equipamentos 100% nacionais, comprados em São Paulo e transportados até aqui pela Paraense Transportes Aéreos. (PEREIRA, 2002)

É possível perceber as mudanças trazidas pela Guajará, como pioneira, ao se destacar pela produção local e pelo pioneirismo na organização funcional, trazendo para postos de liderança, convencionalmente delegados aos homens, a figura feminina. Dessa forma, foi responsável por programas locais que marcaram a história da TV no Pará como *Capitão Furacão*, tendo Kzan Lourenço à frente do programa (...) e o *Jornal Nacional Edição Local*, que também teve a primeira mulher como apresentadora na televisão paraense, Laila Almeida (PEREIRA, 2002, p. 61).

Apostando no local, era evidente à emissora o papel de reveladora de talentos nativos, e suas produções, mesmo com a ameaça de programas como, Flávio Cavalcanti (Tupi), os festivais da Record e as novelas da Globo, distribuídos pelas cabeças de rede, naquela época líderes de audiência em outras praças, colocavam-na em posição de destaque entre as afiliadas.

Depois de algum tempo, a Guajará se tornou a afiliada com mais horas de programação local. Chegando a ter mais de 12 horas diárias com programas de variedades, esportivos, políticos, policiais, entre-

vistas, calouros, shows, transmissões ao vivo (foi a primeira emissora a passar a Santa Missa ao vivo) e sobre a cidade. Foi a Guajará que revelou Carlos Santos, Alípio Martins e também popularizou o ritmo musical brega. Nomes muito conhecidos da história de Belém figuravam como apresentadores da TV Guajará: Eloy Santos, Ronaldo Porto, Amaury Silveira, José de Arimatéia, Isaac Soares, Linomar Bahia, Ivo Amaral, etc. (PEREIRA, 2002, p. 63).

A trajetória das televisões no Brasil é tortuosa, afinal é um campo de disputas no qual o capital político e econômico ditam as regras. As mudanças nos ventos são definidas a partir das lideranças governamentais, principalmente em um regime como o vigente no país, naqueles tempos. Assim foi com a extinta Excelsior, com a Tupi e outras. Ou sucumbiam pela inadequada gestão financeira ou por estarem em desacordo com o sistema político, ou, ainda pela conjugação dos dois ingredientes: equação fatal a qualquer organização de comunicação no Brasil. Desse mal não ficou a livre a televisão paraense.

Lopo de Castro Júnior conta que a TV Guajará deixou de ser a repetidora da Globo por questões meramente políticas. O governo do general Ernesto Geisel que tinha grandes divergências com Jarbas Passarinho, apoiado incondicionalmente pela emissora, pediu a Roberto Marinho que não renovasse o contrato de afiliação. A consequência foi desastrosa para a TV Guajará que, líder de audiência à época, passou a não ter um mínimo comercial para veicular, perdendo assim seus funcionários, operadores e técnicos. (PEREIRA, 2002, p. 60-63).



Programa *Capitão Furacão*



Cia Aérea Paraense



Apesar de resistir às pressões, nos anos 70 a Guajará deixa de ser repetidora da Globo e passa a fazer parte da Rede Bandeirantes, tornando-se a primeira repetidora do grupo. Anos depois se transfere para a Rede Record, emissora que havia sido a primeira fornecedora de conteúdos, quando líder da Rede de Emissoras Independentes (REI), na década de 60, nos anos iniciais de atividades da Guajará. A líder da REI era fornecedora de conteúdos para composição da grade da emissora paraense. A Guajará em 1995 dá seus últimos suspiros após passar por vários problemas e contribuir decisivamente para consolidação da TV no Pará.

Antes da derrocada, a TV Guajará ocupava o prédio da antiga sede da Marajoara, que sumariamente havia sido retirada do cenário televisivo em 1980, ano em que a Rede Tupi foi extinta no país e com ela todas as emissoras que faziam parte do grupo. Desfecho final de uma decadência anunciada desde os anos 60.

A saída da Marajoara do cenário televisivo não a retira da história, ela foi a primeira a fazer televisão no Pará, foi ela que descortinou o universo televisivo aos olhares de tantos. Em suas instalações formou competências, destacou valores da terra, registrou e escreveu parte significativa da trajetória da televisão no Estado.

Diariamente tinham dois telejornais: “Repórter Marajoara” e “Imagens do Dia”, apresentados por José Maia, Orlando Carneiro, Ferreira Lima, Ronald

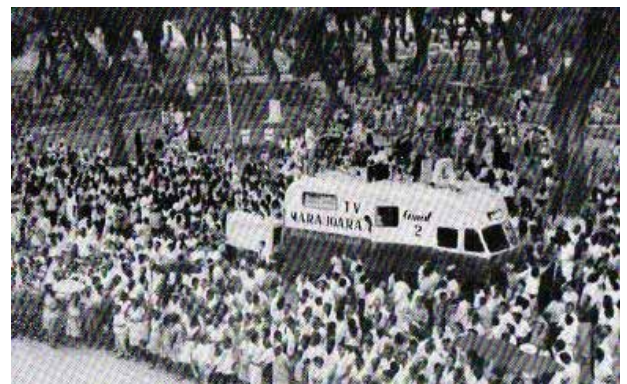


Armando Pinho em humorístico da TV Marajoara

Pastor. Roberto Jares comandava dois programas de sucesso às quartas, “Qual é o assunto?” e no final da semana “O Domingo Depois das Nove”, de entrevistas e musicais. Outro programa que marcou também foi o “Notícias a Rigor”. Uma big equipe da qual participavam todos os apresentadores e mais o Armando Pino na parte de humor. (...) Outro programa que agitava as noites paraenses era o “Pierre Show” apresentado por Pierre Beltrand (Ubiratan Aguiar). Sempre com muitas atrações o programa era a coqueluche das noites de domingo. (SOBRAL, 1991, p. 3)

É certo que o Brasil é reconhecido por seu descaso pela memória, principalmente quando se trata de trajetórias consideradas por muitos como efêmeras e desqualificadas, como é o caso da história dos meios de comunicação massiva. Mas sem dúvida há sempre estudiosos e pesquisadores apaixonados que há muito entenderam que *nós não vemos... a realidade como ela é, mas como são nossas linguagens. E nossas linguagens são nossas mídias. Nossas mídias são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo de nossa cultura* (POSTMAN apud CASTELLS).

A proposta desta publicação é contribuir de alguma forma para o registro, mesmo que sintético, de informações sobre a história da televisão no Pará. Para tanto é necessário continuar a caminhada, indicando o surgimento de outras emissoras no cenário paraense.



O carro da externas da TV Marajoara

## TV LIBERAL: AFILIADA DA GLOBO NO PÁRA

Retornando, nos anos 70, entra no ar a TV Liberal. Outro grande acontecimento na cidade de Belém. Em 27 de abril de 1976, as atenções estavam voltadas para cidade, convocando olhares, expectativas e reunindo personalidades do Estado e do Brasil. No ato de inauguração da afiliada da Rede Globo, nomes ilustres estavam presentes. O fato torna-se manchete, estampando a primeira página do jornal do mesmo grupo com a chamada: “TV Liberal voltada para servir o Pará”.

O modelo implantado pela nova emissora consistia numa programação maior, mais espaço para o jornalismo, equipamentos que permitiam a transmissão em cores. *A TV Liberal (...). Foi a primeira emissora a transmitir o Círio totalmente em cores, assim como foi pioneira também quando em 1997 promoveu a transmissão simultânea entre TV e internet.* (PEREIRA, 2002, p.18)

Como as demais, a emissora vinha para alterar padrões e disputar audiência. Segundo relatos, registrados no livro de 25 anos da Liberal, o grau de inovação e empreendedorismo marcava a chegada e o caminhar dessa que se tornaria a líder de audiência no Pará. À medida que as transformações tecnológicas se faziam presentes, a TV da família Maiorana se modernizava, galgando seu lugar entre as emissoras de destaque no país. A Liberal chegava, apostando na inovação tanto na montagem de seu parque tecnológico, com equipamento de ponta, como quebrando tabus ao incorporar pela primeira vez uma mulher na equipe técnica.

Um caminhão de externas adquirido em março de 1976, na NAB, a maior feira mundial de equipamentos para rádio e televisão, realizada em Chicago, chamou tanto a atenção da TV Globo que, por ser mais necessário no Rio de Janeiro do que em Belém, foi comprado da TV Liberal pela emissora carioca (PEREIRA, 2002, p. 98).

Três anos depois, em 1979, a Rede Globo inaugura mais uma emissora no Oeste do Pará: a TV Tapajós. Esta é a segunda integrante do grupo Globo no Estado e busca paulatinamente ampliar seu alcance na região operando por satélite. Como participante do sistema Globo de produção segue as diretrizes da cabeça de rede e, como a Liberal, investe na modernização para qualificar suas transmissões.

Câmeras, VTs e ilhas de edição, estúdios de áudio e vídeo, microfones de lapela, sistema de slide, geradores de caracteres, croma key, VTs de externa, sistema de OPEC, parabólicas, antenas, transmissores e outros equipamentos foram adquiridos para o funcionamento da única emissora geradora de televisão no interior da Amazônia.

Inicialmente o transmissor era de 500 Watts. Durante mais de uma década, a TV Tapajós foi se adaptando aos novos lançamentos em tecnologia, procurando acompanhar as geradoras do país. Foram trocados os equipamentos e transmissores para 1.000 e depois para 2.000 Watts (WIKIPEDIA).



Primeira marca da TV Liberal



O Ministro das Comunicações, Euclides Quandt de Oliveira, o Governador Aloisio Chaves e Rômulo Maiorana discursando na inauguração da TV Liberal

A entrada do videocassete e a sucessão de novas tecnologias, advindas com o aceleramento do processo de industrialização, marca cada etapa do fazer televisão. Até para os que implantaram a TV, o meio ganhava dimensões surpreendentes. Pouco a pouco, o que começara como um sonho tornava-se realidade, abrindo novas frentes de atuação e alterando o contexto social. Para mentes visionárias, as mudanças eram consequências previsíveis, mas impossíveis de antever por aqueles que acreditavam ser a televisão apenas um rádio com imagens. O tempo passava e o distanciamento da forma artesanal de fazer TV ficava para trás. A chegada do satélite decretava o final das rudimentares redes de televisão, como tão bem assinalou Priolli (2000). No Pará não foi diferente. Os tempos das películas de filmes e do *quadriplex* ficava para trás, sendo substituído paulatinamente por suporte e forma de capturas condizentes com *os tempos modernos* vividos.

Mudam as tecnologias, a forma de fazer e de ver televisão. O meio, encarado inicialmente como mais um aparelho doméstico, começa a ser configurado pela sociedade brasileira, ao mesmo tempo em que se torna uma poderosa força de configuração (de constituição, de arranjo, de disposição) do contexto social no país. Como parte integrante do todo social, a televisão modifica realidades e é consequentemente alterada por ela, em um fluxo contínuo e permanente no qual as forças se articulam diferenciadamente de acordo com os capitais que estão em jogo. Nos anos 80, a televisão brasileira é uma realidade concreta, produzindo e ampliando o alcance de seus conteúdos. Dos tempos experimentais, restam

poucos indícios nas ações implementadas pelas líderes de audiência. Da visão, para muitos romântica, dos primeiros tempos, desenvolve-se o processo de profissionalismo e a consolidação do negócio televisivo. Ainda na década de 80, o panorama televisivo paraense ganha mais uma participante: a emissora do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), em Belém, denominada SBT Belém. Iniciando suas transmissões em 1981, em cinco anos retransmitia a programação gerada na cabeça de rede sem qualquer produção local.

## □ SBT EM BELÉM

Em 1987, há sete anos instalado em Belém, com a concessão da TV Marajoara, o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), denominada à época no Pará como TVS Belém, não conseguira crescer de forma significativa. A emissora tinha 17% da audiência e com um ínfimo retorno comercial. Mas a proposta da TVS para a Região Norte era abrir espaço no mercado a partir da programação local, mas toda vez que tentava sensibilizar a direção nacional para a produção regional, o contra-argumento era justamente a falta de condições técnicas e financeiras. (Revista Estúdio, 1987, p. 8)

Sete anos após a chegada do SBT, o cenário televisivo paraense ganhava novos integrantes, a TV Carajás, do empresário Jair Bernardino – Grupo Belauto. Segundo o empresário, os investimentos para seus empreendimentos (que também incluía



Prédio da TV Liberal



SBT no Pará



uma rádio FM) atingiam o valor de 150 milhões de cruzados, com 90% dos equipamentos importados, entre eles um transmissor de 30 *kilowatts* e uma antena de 110 metros de altura. A proposta dessa nova emissora era a segmentação do público. Para atingir a classe A transmitiria os programas da TV Manchete, e para as demais classes, contaria com a transmissão de produções locais, como um telejornal mais informativo, mais objetivo e mais agressivo. Além do telejornalismo, a meta era criação de uma série de programas especiais e documentários com tônica regional. Bernardino dizia que o sinal do novo canal iria de Belém a Castanhal (REVISTA ESTÚDIO, 1987).

## A TV CULTURA DO PARÁ

Em 1987, o Pará se insere em uma dimensão essencial à sociedade, o segmento televisivo de caráter público. Entra no ar, em janeiro deste ano, a primeira televisão pública paraense: a TV Cultura do Pará. História que será detalhada mais adiante, nesta publicação, mas aqui merece o resgate do registro realizado no primeiro número da Revista Estúdio, ao fazer o balanço das televisões e rádios no Pará.

Porém, fora de todo esse esquema comercial, havia a Funtelpa, inaugurando a primeira TV pública local. Na qual parecia ser possível estar mais perto do regional. A Fundação de Telecomunicações do Pará abrigava anteriormente duas rádios – a Cul-

tura Onda Tropical, e a Cultura FM – e passava a contar com a TV Cultura canal 2 que, naquele momento, funcionava com dois telejornais diários e estava para estreitar sua programação local que incluía debates, *shows* especiais e documentários. (Revista Estúdio 1987)

Como explicitado anteriormente, é fundamental para um país como o Brasil a existência de um segmento televisivo orientado a atender demandas sociais e culturais da comunidade. Um agente que aposte no diferencial, definido por Francisco Cezar Nunes, presidente à época da FUNTELPA, de oferecer programação voltada ao povo, numa opção de regionalismo com bom gosto e qualidade. Casos dos programas “Canto Paraense” e “Festa no Pedaco”. Trabalhando na ampliação da presença do jornalismo em sua grade, a TV Cultura destinava atenção especial ao esporte, especialmente para as modalidades amadoras, com programas, reportagens e compactos, alguns com previsão para a rede nacional. Em busca da estruturação tecnológica, a TV Cultura inicia sua produção e processo de expansão. A TV Pública paraense não pode se restringir a Belém e, assim, vai galgando espaço entre as televisões comerciais nos diferentes municípios do Estado.

A expansão da TV Cultura para o interior aconteceu a partir de agosto de 1987, compartilhando o sistema de repetidoras com a TV Liberal. Como indicado, em setembro, toda a programação da TV Cultura do Pará passaria a ser gerada pelo satélite brasileiro Brasilsat I, o que reduziria custos operacionais e melhoraria o nível técnico da geração,



Antena da TV Cultura do Pará



Fachada da sede da Fundação Paraense de Radiodifusão - TV Cultura do Pará - na Avenida Almirante Barroso em Belém



além da promessa do Governo Federal, de um novo transmissor para resolver problemas de recepção com a quintuplicação da potência de transmissão (Revista Estúdio, 1987, p. 9 e 33).

Um percurso difícil, com várias etapas a vencer, esforço comum ao Sistema Público de Comunicação no Brasil, e não seria diferente no Pará. Segundo registro, no primeiro relatório da TV, os objetivos estruturantes da Cultura não eram meras metas, mas sim a organização de um campo televisivo até então inexistente no Pará: o público, que se diferencia por natureza da orientação privada, presente nos modelos de televisões vigentes no Estado. No documento citado fica claro a que a Cultura se dispunha, e o leitor tem como avaliar a complexidade de cada eixo de ação destacado a seguir, a:

- Equipar convenientemente a televisão;
- Formar recursos humanos;
- Começar a criar uma programação regional que justificasse a existência da televisão;
- Dar credibilidade à nova emissora (FUNTELPA, 1988).

Muito há para ser escrito sobre a caminhada da TV Cultura do Pará, nesses 23 anos, mas isso fica para os próximos capítulos desta publicação. Nesses serão apresentadas mais informações sobre a trajetória dessa emissora que se tornou uma das mais respeitadas TVs do Pará. Considerada como maior produtora de conteúdo televisivo da região. Reafirmando seus objetivos originais:



Antiga frota de carros da TV Cultura do Pará

A TV Cultura, com os mesmos recursos financeiros que seriam gastos com a locação de equipamentos, comprou câmeras, ilhas de edição, equipou o estúdio (...). Enfim, montou-se com o mínimo necessário para suas produções. Na área de recursos humanos, formou profissionais no dia a dia e através de cursos especializados nas diferentes áreas de uma emissora de televisão. A programação regional começou a ser montada. Ainda no primeiro ano, cerca de dez documentários foram produzidos, quinze programas musicais, o jornal diário foi reestruturado e estabilizado, foi criado o jornal esportivo diário de meia-hora, realizadas transmissões do vivo do Círio, de eventos esportivos e muitos outros. (FUNTELPA, 1988)

## A IMPLANTAÇÃO DA RECORD PARÁ

Voltando ao breve mapeamento do surgimento de emissoras no Pará, o final dos anos 90 do século XX, traz para o Pará a Rede Record, mas ela não era nova no panorama paraense. Já na década de 60, a Record tinha sua programação veiculada pela pioneira Guajará. Em períodos diferentes, a história da Record se mescla à trajetória da extinta TV Guajará, responsável, em dois períodos (1967-1969 e 1990-1995) pela veiculação dos conteúdos da Rede. No entanto, sua inserção, em 1997, como emissora na sociedade paraense necessita de exploração acurada. Nos tempos atuais tem demonstrado



Programa da TV Record Norte

crescimento considerável e no mercado local consegue, em alguns momentos, liderar a audiência, fenômeno ocorrido em outras praças brasileiras na virada do século. No caso do Pará, a indicação de preferência tem sido um dado a ser investigado à luz das estratégias adotadas e investimentos orientados à esta praça. Até 2008 denominou-se Record Pará e a partir de então tornou-se Record Norte.

Ao deixar o cenário televisivo paraense, em 1995, o canal 4 da Guajará foi comprado pelo pastor Firmino Gouveia em 10 de março, alguns meses após a extinção da emissora Guajará, tornando-se TV Boas Novas.

Adquirindo a TV Guajará, canal 04, a Assembleia de Deus em Belém determinou a mudança do nome fantasia, para TV Boas Novas – TBN, juntando-se à Rede Boas Novas Brasil de Rádio e Televisão – RBN, adquirida pela Assembleia de Deus de Manaus, sob o pastorado de Samuel Câmara. Afiliada a cabeça de rede (Rio de Janeiro) com 30% de programação local. A Boas Novas de televisão apresenta uma alternativa de programação versátil e diferenciada para toda a família, com padrão de qualidade, com conteúdo cristão, baseada em valores construtivos e educativos (Pastor Honório Pinto).

## AS QUE CHEGARAM NO SÉCULO XXI

Em 2001, como afiliada da Rede TV!, a TV Rauland inicia sua atuação no Pará através do canal 14 UHF.

A TV Rauland é uma emissora que opera em Belém no canal 14 UHF. Entrou no ar no dia 20 de abril de 2001, como afiliada à Rede TV!. Mas em junho de 2006, perde esta concessão e troca de afiliada para a Rede Gazeta, a atual afiliada. Entre suas produções locais, estão os programas: Giro +, Digirecord e Ananindeua Debates (WWW. WIKIPEDIA).

Em maio 2002 há o registro da entrada de mais um canal de televisão, agora voltado ao segmento católico: a TV Nazaré. Com linha editorial pautada nos princípios católicos, figura como uma das integrantes do contexto televisivo no Pará. Seus pressupostos buscam a prestação de serviço à sociedade e tem trabalhado com programações locais diferenciadas das televisões comerciais, não abrindo mão dos dogmas católicos, matrizes de sua existência.

A TV Nazaré coloca-se no mercado não como uma concorrente, mas como uma alternativa de qualidade e de abordagem dos fatos, eventos e situações da vida humana em sociedade, ressaltando a importância de considerar o homem como um todo, especialmente em sua dimensão religiosa (...). Desta forma, seu público-alvo, em sentido amplo, são todas as pessoas que buscam na Televisão um meio de humanização e satisfação de suas necessidades mais profundas, tais como justiça, honestidade, consciência crítica, religiosidade, etc. Em sentido mais estrito, a TV Nazaré



TV Rauland, canal 14 UHF



direciona-se às famílias, enquanto lugares de formação do ser humano, e à comunidade católica em geral.

É projeto e empenho da equipe da Rede Nazaré de Televisão, ser uma Rede Educativa com perspectivas amazônicas, proporcionar intensa participação comunitária e favorecer a transmissão de programas com alcance social, educativo e de prestação de serviços. (WWW.FUNDACAONAZARE)

Em 2003, ressurgiu das cinzas a TV Marajoara, no entanto, com outra configuração, apenas utilizando o canal 50 da antiga emissora.

Em 2003, a partir da sexta-feira, dia 14 de novembro, a cidade de BELÉM – capital do PARÁ – passou a receber a programação da REDE 21 – emissora UHF do Grupo Bandeirantes de Comunicação. Às 20h00 entrou no ar oficialmente o Canal 50 da TV MARAJOARA, instalado em Ananindeua, na Grande Belém, de onde cobre uma região com 1,5 milhão de telespectadores (WWW.REDE21).

Em junho de 2006, há registro da chegada no Pará da Rádio e da TV União Ltda. afiliada da Rede TV.

A TV Livre - Rádio e TV União Ltda – é uma emissora afiliada à Rede TV! no estado do Pará e transmite a sua programação em Marabá e Belém. Em Marabá funciona pelo canal 38 UHF e em Belém pelo ca-

nal 47 UHF (analógico). Foi fundada em 15 de junho de 2006, nas duas cidades, após a perda dos direitos de transmissão da RedeTV! pela TV Rauland, canal 14. Seu transmissor se encontra na mesma torre que transmite a TV Nazaré a Rede Vida, possui oito programas locais e seu sinal alcança Ananindeua e parte de Marituba que se encontram na região metropolitana de Belém (WWW.WIKIPEDIA).

Após várias tentativas de estabelecer uma afiliada em Belém, finalmente, em 2008, o Grupo Nilton Lins (empresa de Manaus detentora da concessão da MTV no AM e PA) fechou contrato com o Sistema Floresta de Comunicação que há mais de 30 anos é repetidor de diversos canais de rádio e televisão no interior do Pará. Há um ano, a MTV Belém possui um programa criado, produzido e comercializado totalmente em Belém, utilizando mão de obra exclusivamente paraense. A primeira emissora segmentada com foco na audiência jovem, e também a primeira de Belém dedicada a esse segmento, já criou sua legião de “MTViciados”.

No ano de 2008, chega também a Belém um emissora filiada da CNT, a TVM, utilizando o canal 17.

A TVM canal 17 foi criada em 2008. É afiliada da rede CNT e segue os mesmos princípios da Central Nacional de Televisão, ao investir no respeito ao telespectador, por meio da qualidade da programação. A TVM leva aos telespectadores da re-



gião metropolitana de Belém e municípios do nordeste paraense a melhor programação com a melhor imagem.” A emissora possui sete programas locais. (WWW.TVMCANAL17)

Apesar da ambição de levantar o máximo de informação sobre a trajetória da TV aberta no Pará é evidente a necessidade de aprofundamento da pesquisa dos pontos que foram aqui tangenciados, mas, sem dúvida, já se descortina uma agenda rica para os que se lançarem a essa empreitada. O debruçar sobre a história da televisão no Pará contribuirá decisivamente para o mapeamento analítico

das diferentes faces da televisão neste Estado. Aqui fica a certeza que há muito a fazer em prol da sistematização da trajetória da televisão. É comprovado que a história dos meios massivos de comunicação foi durante muito tempo relegada ao esquecimento e até hoje persiste a crença que seriam estudos sem contribuições evidentes, no entanto, recuperando a fala de Bucci (2006) estudar televisão é conhecer o Brasil. Assim, é importante caminhar com a proposta, esboçada no convite à leitura deste material, e para tanto nada melhor do que evidenciar outro aspecto pouco considerado nacionalmente: as especificidades necessárias a Televisão Pública.

### Cronologia das TVs em Belém

Período	Emissora	Canal	Rede
1961 – 1980	TV Marajoara	Canal 2	Tupi
1967 – 1969 1969 – 1976 1979 – 1990 1990 – 1995	TV Guajará	Canal 4	REI/Record Globo Bandeirantes Record
1976 – Até hoje	TV Liberal	Canal 7	Globo
1981 – Até hoje	TV SBT	Canal 5	Afiliada
1987 – Até hoje	TV Cultura do Pará	Canal 2	TVE
1988 – 1993	TV Carajás	Canal 13	Manchete
1993 – Até hoje	TV RBA	Canal 13	Bandeirantes
1995 – Até hoje	Rede Boas Novas Belém	Canal 4	Afiliada (ex-Guajará)



Cenário de programa da RBA



Programa Rede TV News

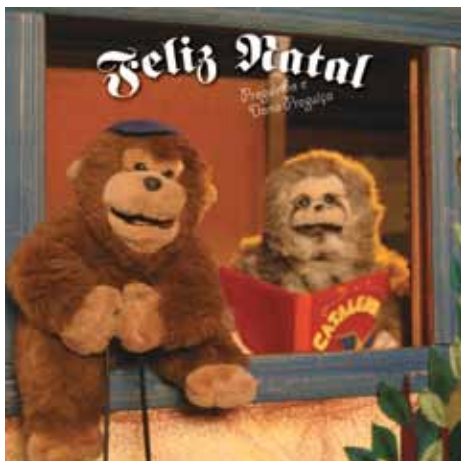


Período	Emissora	Canal	Rede
1997 – Até hoje	TV Record Belém	Canal 10	Afiliada
2001 – 2006 2006 - Até hoje	TV Rauland	Canal 14	Rede TV! TV Gazeta
2002 – Até hoje	Rede Nazaré de Televisão	Canal 30 UHF	Local
2003 – Até hoje	TV Marajoara	Canal 50 UHF	Rede 21
2006 – Até hoje	TV Livre	Canal 47 UHF	Rede TV!
2008 – Até hoje	MTV Belém	Canal 25 UHF	Afiliada
2008 – Até hoje	TVM	Canal 17	CNT

### A televisão no Pará

<b>Sinal aberto VHF</b>	TV Cultura do Pará • Boas Novas PA (Boas Novas) • SBT Belém (SBT) • TV Liberal Belém (Globo) • TV Liberal Castanhal (Globo) • TV Liberal Tucuruí • TV Liberal Paragominas • TV Liberal Marabá • TV Liberal Redenção • TV Liberal Parauapebas (Globo) • TV Liberal Altamira (Globo) • TV Liberal Itaituba (Globo) • TV Tapajós (Globo) • Record Norte (Record) • RBA TV (Band) • TV Serra Sul (Record) • TV Ponta Negra Santarém, (SBT) • TV Montes Claros (SBT) • TV Altamira (Record) • TV Vale do Xingu (SBT) • TV Itaituba (Record) • TV Cidade Dourada (RedeTV!) • TV Eldorado Itaituba (Band) • TV Tapajoara (SBT) • RTP TV Eldorado Marabá (SBT) • TV Tocantins Marabá (Band) • TV Norte Carajás (Record) • TV Cidade Sul do Pará (SBT) • TV Ouro Verde (SBT) • TV Rondon (SBT) • TV Amazônia (RedeTV!) • TV Santarém (Band) • TV Tucumã (SBT) • TV Tocantins Tucuruí (Record) • TV Floresta (SBT) • TV Vale do Uruará (Band) • TV Capanema (Band) • TV Regional Xinguara (Band) • TV Sentinela (Band) • TV Bragança (SBT)
<b>Sinal aberto UHF</b>	TV Rauland (Gazeta) • Rede Vida • Record News • MTV Brasil • TV Aparecida • TV Nazaré • TV Canção Nova • RIT • TV Livre (RedeTV!) • TV Marajoara (Ulbra TV) • TV Mansour (Band) • TV Marajoara Castanhal (Record) • TV Guarany (Record) • TV Fox (Record) • TV Metropolitana (CNT) • TV Castanhal (TV Record) • TV Encontro (TV Nazaré)
<b>Extintas</b>	TV Marajoara • TV Guajará • TV Marajó • TV Amazônia

Fonte: Wikipedia, 2010



Preguinho e Preguiça - Catalendas - TV Cultura do Pará





## Especificidades da TV Pública

(...) num país das dimensões do Brasil, com as carências educacionais que se conhece e tendo a TV o poder que tem, estimular o modelo não comercial não é apenas uma postura política correta. É condição indispensável para se pensar seriamente o futuro. (CARRATO, Ângela)



Entender a lógica da televisão pública no Brasil ainda é um desafio. Baseada, desde a sua chegada no país, em um modelo comercial, a televisão brasileira ainda carece de uma programação que atenda de fato aos princípios de uma televisão pública, ou seja, que atenda aos interesses dos cidadãos.

A televisão pública, assim conceituada, aberta, gratuita, sem finalidades lucrativas, aponta para algo fundamental: não se orienta pelo e/ou para o mercado. Aí reside a origem das diferenças que vão marcar a estrutura, a feitura, a personalidade da televisão pública, conseqüentemente a sua programação, o seu produto.

No Brasil, pertencem ao campo público as televisões estatais, as institucionais, as universitárias, as comunitárias ou abertas educativas. Todas, indistintamente, têm como missão precípua interferir na formação crítica do indivíduo para que ele possa exercer seus direitos de cidadão. Isso implica a busca incessante do conhecimento com vistas ao fortalecimento de suas capacidades críticas de modo a exigir seus direitos e cumprir seus deveres.

Dominique Wolton, em defesa da televisão “generalista”, enfatiza que mesmo transcorrido meio século, ainda não se avaliou a real força desse meio. É que a maioria das críticas recai no que, para o teórico, se constituem como privilégios próprios desse veículo. O autor indica que após vencida algumas das etapas dos estudos sobre televisão se faz necessário resgatar como meta a concepção de uma política para esse meio que integre três grandes questões da modernidade: *a comunicação, a maio-*

*ria e a relação entre esfera pública e esfera privada em uma sociedade aberta* (WOLTON, 2003, p. 64).

Mesmo que ainda não suficientemente, a pesquisa sobre a televisão no país tem caminhado marcada em grande parte por posições extremistas que de um lado a encaram como um entorpecente letal, e, por outro lado, as que encontram nela a salvação para o futuro da nação. O certo é que há muito a se investigar em relação a esse agente cultural; sua potencialidade, seu conteúdo, sua estética, o uso de seus produtos, sua exploração, e seu papel na “nova” ordem social.

Se as reflexões atuais, na sua maioria centradas na TV aberta e comercial, ainda não deram conta de entender todas as dimensões relativas à televisão aberta no país, na questão particular dos estudos relativos à televisão pública como alvo de investigação, a situação parece iniciar seu caminhar. Segundo Regina Mota, *pensar a televisão pública no Brasil leva-nos a um debate político mais amplo, que diz respeito ao nosso entendimento de coisa pública* (MOTA, 2005, p. 206).

Acredita-se que apenas assim, ficará clara a diferença, ainda confusa para a maioria, de que TV pública não é o mesmo que TV governamental ou estatal. Pelo contrário, *esta deve ser vista como uma instituição da sociedade civil, que participa do gerenciamento de seu conteúdo e de sua programação através de um organismo de representação forte e com efetivos para exercer este papel* (apud CARVALHO, 2008, p. 4).

A TV pública deve ter em sua programação cinco ações criadoras integradas e complementa-



Inezita Barroso na programação de TV Cultura de São Paulo



Contos da Amazônia, programa da TV Cultura do Pará



res: educação, cultura, arte, informação e entretenimento (MINC, 2006, p. 28) e deve ser definida a partir da averiguação das necessidades da sociedade, tendo como objetivo básico a educação para a cidadania, o que implica dizer *a formação da população com vistas ao conhecimento e fortalecimento do exercício de seus direitos* (MINC, 2006, p. 47).

De acordo com Mota (2004), até o início dos anos 90 eram inexistentes as fontes de pesquisa sobre o *universo da televisão pública*. A autora registra que sequer a televisão pública como objeto de estudo, na década de 90, havia se configurado, mesmo porque a *organização do Sistema Brasileiro de Telerradiodifusão dividido até então entre a exploração privada ou comercial e estatal* não abarcava o conceito de televisão pública no seu sentido lato. Ela completa, porém, que a partir de 1998,

(...) por outro lado, vem ocorrendo um movimento contínuo e crescente de mudanças conceituais nas televisões estatais e concessões de canais educativos no Brasil. O fenômeno é uma reação dessas emissoras ao atraso na legislação, à constante ingerência administrativa dos governos estaduais e ao eterno problema do financiamento dessas instituições. Obrigatoriamente, essas mudanças requerem um novo pensamento, cuja bandeira assumida foi a construção de um projeto de televisão pública para o país, a exemplo daquilo que já existe no resto do mundo desenvolvido, tendo como referência principal o modelo europeu, encarnado na BBC inglesa (MOTA, 2004, p. 2).

Para corroborar as afirmações de Mota é possível destacar movimentos iniciados na metade dos anos 90 como a promulgação da Lei “da TV a Cabo” (nº 8.977 de 05 de janeiro de 1995), a criação, em 1998, da Associação Brasileira das Emissoras Públicas Educativas e Culturais (ABEPEC), o I e II Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias, a criação da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), a criação da Associação Brasileira de Televisão e Rádios Legislativa (ASTRAL), a criação da Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM), o encontro “Desafio da TV Pública”, dentre outros, modificam o cenário no final do século passado e abrem vias para o debate de temas até então relegados ao esquecimento.

Os debates no Brasil vêm crescendo e envolvendo vários agentes nesta empreitada, e muitos mais deverão se inserir nessas discussões. Principalmente se for levado em consideração o princípio primordial que é exatamente estabelecer políticas que assegurem o pleno exercício da cidadania, sendo assim muitos terão que fazer parte desse processo.

Posicionamentos recentes do Governo, mesmo que passíveis de críticas, demonstram um esforço de sistematização da discussão da TV Pública como eixo prioritário para estratégias democráticas necessárias aos “novos” rumos do país. Os esforços decorrentes das discussões deste tema travadas nos últimos anos tiveram como ponto alto os “I e II Fóruns Nacionais de TV’s Públicas”.

Os resultados desses Fóruns e a convergência de esforços produziram as primeiras diretrizes



*Cia de Teatro In Bust*, responsável pela manipulação dos bonecos do programa infantil *Catalendas* da TV Cultura do Pará



*Paulo Poeta* em apresentação na TV Educativa de Alagoas

do tão almejado “plano de desenvolvimento para a TV Pública brasileira”. Talvez seja esse o momento que marcará o início do caminhar rumo à instalação de uma TV Pública que abarque em sua amplitude os princípios defendidos no manifesto produzido por Rincón, Martín-Barbero e Rey, sobre a questão da televisão Pública na América-Latina, que tem como meta *uma televisão pública, cultural e de qualidade*.

## PÚBLICO E PRIVADO

Em um país onde o privado antecedeu o público na exploração da televisão e onde o Estado tomou para si “a responsabilidade” de gerir as mídias públicas, muitos são os desafios para tornar o “teleespaço um lugar de realização da cidadania”. É consenso entre os que discutem essa questão (MARTÍN-BARBERO, REY, RINCÓN, BUCCI, CARMONA, HOINEFF, PRIOLLI, dentre outros), que para o alcance dessa transformação há muito a ser feito.

A trajetória da televisão pública no Brasil é bastante irregular, permeada de interferências políticas, plena de dificuldades de sobrevivência em razão da falta de políticas transparentes que possibilitem projetos sérios que se façam executáveis a médio e longo prazos, com uma visão clara da utilização dos meios de comunicação a serviço da sociedade. A ausência de parâmetros de qualidade do produto audiovisual, do desinteresse pela forma-

ção de profissionais de comunicação com espírito público e social, a tendência à repetição ditada pelo medo da experimentação, a busca da facilitação e da mesmice em termos de ideias e opiniões têm feito mal ao caminhar da TV Pública. Uma TV de fato pública, realmente preocupada com o social e com a formação da cidadania, indispensável à democracia, opta por caminhos opostos aos que traçam o caminhar de uma televisão comercial.

O produto da televisão pública é a programação que deve ser avaliada pela sua qualidade e pela demanda de seu público para o qual é prevista a formação cidadã. A televisão pública deve formar e informar o telespectador, por isso a sua grade de programação ser vertical, contemplando os espectadores de idades e formação diferentes, ou seja, por segmentos de audiência. A TV Pública favorece o jornalismo cultural e generalista, busca produzir em escalas diferenciadas e múltiplas e ao mesmo tempo preencher os vazios deixados pela televisão comercial. Na fala de Bucci (2006, p. 18), é preciso descobrir onde está a forma de comunicação que a TV comercial não faz, porque é aí, “nesse ponto escuro, invisível que está o pequeno farol da TV pública.” Ou seja, a TV pública tem a obrigação de ser diferente da comercial, por isso é ela que tem o dever da experimentação estética sem ter medo da chatices e do imperativo de agradar às maiorias o tempo todo, pois é assim que se fará distinta.

Parte considerável do material veiculado pelas emissoras públicas é produzido internamente, solicitando dos produtores uma postura econômica, visto que os recursos são geralmente escassos.



Programa *Consciência Negra* - TV Brasil



Programa *Cocoricó* - TV Cultura de São Paulo

Adquirir programas prontos no mercado televisivo é mais barato do que produzi-los originalmente. A produção independente disponibiliza seus produtos para nutrir as grades das emissoras públicas, mas não encontra nestas um grau de desenvolvimento empresarial que permita a negociação e que, ao mesmo tempo, se ressentem dos preços praticados pela produção independente. O resultado é o baixo índice de exibição de programas originários das produtoras independentes. A utilização desse tipo de material pela TV Pública deveria ser mais estimulada, porém, há uma latente necessidade de investimentos para esse fim. A contrapartida viria no arejamento estético da produção, pois seria criada a partir de um outro olhar e também em uma emancipação financeira, pensando-se o produto como uma obra com certo grau de atemporalidade, ditada pela estética que se supõe nele existente, isto é, um produto não datado, esteticamente falando.

Aspecto importante a ser considerado na TV pública é seu ritmo, *ritmo da reflexão e da compreensão dos conteúdos propostos. O espetáculo da televisão pública é outro, é o espetáculo do gosto intelectual e emocional em que a porta de entrada da compreensão ou da dúvida é o pensamento (MINC, 2006, p. 42)*, e este não ocorre no raso e rápido tempo do entretenimento, nem no vertiginoso do jornalístico televisivo que não permite qualquer reflexão sobre o fato noticiado. Nesse sentido é interessante a postura de Bucci (2006, p. 17): *A televisão pública não deve se ocupar de figuras, de cenas, de imagens, mas fundamentalmente de ideias em curso.* A televisão está aí para problematizar, oferecer

o diferente, afastar a reiteração, o mesmo e investir no novo, no diferente que exige um outro e mais exigente olhar sobre mundo.

## O DIFERENCIAL DA TV PÚBLICA

Para Martín-Barbero (2000), a qualidade em televisão implica capacitação técnica e competência comunicativa para dirigir-se ao público e construí-lo, ganhá-lo como espectador. É uma televisão que desenvolve a característica básica de um meio de comunicação que é captar a vida, a constância e a eventualidade, a mesmice e as surpresas, “os milagres” e os expressa em uma estética própria em permanente experimentação de linguagem, em procedimentos inovadores.

A qualidade técnica e a competência comunicativa só serão alcançadas mediante o crescimento profissional dos agentes participantes das TVs públicas. Para que isso aconteça é preciso a discussão dos temas que são próprios da atividade entre os agentes do processo – a necessidade constante de atualização profissional, a observação e conhecimento do público espectador, a ousadia de experimentações e novos modelos, o destemor de fazer emergir jovens talentos; a busca por profissionais com espírito público, por parcerias com o setor privado preocupado e engajado na causa social.

A televisão pública de qualidade deve se ocupar da diversificação de opiniões, tratar de todos os temas e chegar a todas as localidades. Abrir-se



Entrevista com Sérgio Bastos, criador do *Belém tem Disso* - TV Cultura do Pará



*Encantados* - TV Educativa de Recife



a novas possibilidades, olhar outros mundos, ouvir outras vozes. Dessa maneira a televisão oferece a imagem permanente do pluralismo social, ideológico e político, permite a emergência das vozes mais débeis, das minorias culturais. Ao buscar essas outras paragens sociais, a produção se depara com outras formas de contar, de organizar o imaginário, de trabalhar o simbólico.

La televisión cultural tiene como tarea primordial el establecer una clara sintonía con los diversos ritmos de lo simbólico, los de sus memórias y los de sus câmbios, aprovechando su aceptación social para otorgar legitimidad cultural a propuestas innovadoras en los diversos âmbitos y prácticas de creación. (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 1)

A postura de respeito ao cidadão – o espectador é um cidadão –, que permeia o projeto de televisão pública, leva a uma outra questão: o gosto. A TV comercial atende ao que a audiência diz ser de seu gosto. Para a televisão pública, ao contrário, o gosto é uma questão de oferta, não de demanda. Ao oferecer ao espectador, continuamente, o vulgar, o óbvio, o repetitivo, o sempre igual, o que está sendo formado é o mau gosto. Ao oferecer o bom, a qualidade apura o gosto do telespectador. O contrário é verdadeiro: a exposição contínua e temerária à má qualidade leva à deteriorização do gosto. A produção das televisões públicas, de qualidade, de bom gosto tem capacidade de informar, de provocar a re-

flexão e de formar cidadãos de bom gosto, algo de fundamental importância social para o país.

A televisão pública, diferentemente do que se propaga, deve fugir do monótono, do enfadonho, do tedioso. O caminho a seguir é a busca de novas linguagens e inovadores formatos que permitam a emergência da excelência de conteúdo, aquele que *não cabe na TV comercial* (Bucci, 2006, p. 18) e que distinguirá a TV Pública. É dar ao público televisivo a oportunidade de experimentar o *biscoito fino*, O resultado de uma programação inovadora, de qualidade permitiria ao espectador ter contato com *o melhor da arte, da cultura e da informação* [...] e levaria *a televisão comercial a rever seus padrões* (LEAL FILHO, 2006, p. 23).

A qualidade diferenciada da programação da televisão pública passa inapelavelmente pela percepção dos envolvidos com a necessidade de políticas públicas para o setor. Políticas capazes de definirem projetos e responsabilidades, de criarem mecanismos que garantam o direito do público a uma programação de qualidade e ao profissional o exercício pleno de suas capacidades técnicas, criativas, estéticas e também gerenciais.

A TV Pública agregadora desses ideais ainda é uma meta a ser atingida. No entanto, como explicitado neste texto, os caminhos, por mais árduos que sejam, estão sendo trilhados, muitas vezes de forma errante e em outros momentos com passos firmes, indicando retrocesso e alguns avanços. Enfim, um processo marcado por paradoxos que configuram o Sistema Público de Comunicação no Brasil e os seus diferentes veículos.



Programa *Roda Viva* - TV Cultura de São Paulo



Programa *Zap!* - Ziraldo - TV Brasil



Como destacado por Wolton e Matos, nada melhor para entender o todo do que perceber as especificidades das partes, ou seja, orientar o olhar à um caso particular. A partir desse movimento é possível perceber avanços significativos e específicos no Sistema Público de Comunicação. A proposta aqui é centrar o foco no que é próprio da região: a trajetória da TV Cultura do Pará. Com esse exercício espera-se oferecer aos leitores mais elementos para uma discussão sobre a questão da TV e consequentemente da Comunicação Pública neste Estado e no país.



Programa exibido pela *Fundação TV Minas*



*Cena Pública* programa da TV Ceará



Reportagem feita pela *TV Aldeia* - Rio Branco/AC



*TV Cultura* de Aracaju



*In Bust* apresenta *O Curupira* - TV Cultura do Pará



## TV Cultura do Pará

A função básica de uma emissora pública é pluralizar a possibilidade de criação, produção e veiculação do regional. Fazer dos meios de comunicação de massa não a imposição de culturas, de valores, mas a manifestação dos vários segmentos regionais, sociais que compõem o país. (FUNTELPA, 1988)



No dia 02 de janeiro de 1987 vai o ar em caráter experimental a TV Cultura do Pará. O tempo decorrido da instalação da televisão no Brasil até a chegada da TV Cultura reforçam os caminhos lentos e tortuosos da implantação do Sistema Público de Televisão no país. Se nas décadas iniciais da história da televisão comercial, é possível perceber os erros e acertos da consolidação da televisão não resta dúvida que o percurso para implantação de uma televisão pública nestas paragens foi um grande desafio.

*A televisão educativa foi implantada, no Brasil, sem obedecer a um planejamento que decorresse de uma política setorial de Governo. Algumas emissoras tiveram como raiz de sua criação razões de ordem política, outras deveram sua existência à tenacidade individual de idealistas, e poucas foram as que surgiram com objetivos explicitamente definidos. (FRADKIN)*

No entanto, a presença das Regiões Norte e Nordeste se mostrava presente nas derradeiras discussões sobre a constituição do Sistema Nacional de Televisões Educativas no país.

*Em setembro de 1979, por iniciativa das emissoras do Norte e do Nordeste, realizou-se uma reunião de caráter regional, em Fortaleza/CE, à qual compareceram representantes da TVE do Rio de Janeiro. Em função desta reunião, a TVE do Rio de Janeiro iniciou gestões, com apoio das emissoras do Norte e do*

*Nordeste, para a implantação do Sistema Nacional. (FRADKIN)*

Sabemos que os fatos sociais são decorrentes de inúmeras variáveis, resultantes do seu tempo e frutos de um determinado contexto. Assim, a TV Cultura do Pará nasce a partir das iniciativas governamentais. Funcionando inicialmente com retransmissora abastecida pela programação do Sistema Nacional de Rádios e Televisões Educativas, resultado das ações implementadas em 1979.

A decisão de estabelecimento da TV Cultura no Pará foi estratégica, mesmo sem haver ainda condições para produção de conteúdo. Esse foi o caminho encontrado para inserção no Sistema Nacional. A proposta era “entrar no ar” e depois iniciar a produção de conteúdo local.

Assim, em 1987, “entra no ar” a TV Cultura do Pará com objetivo de se tornar um espaço privilegiado para divulgação da cultura amazônica. Como poderá ser percebido nesta publicação, esse espaço foi construído ao longo desses vinte três anos e rederam significativos retornos indicando o acerto daqueles que lutaram para garantir a inserção da TV Cultura no Sistema Nacional.

Para dar os primeiros passos a televisão comprou seus equipamentos no Rio de Janeiro e São Paulo, eixo consolidador da televisão no Brasil. A infraestrutura inicial custou 33 milhões de cruzados, a moeda da época funcionando com 86 antenas, equipamentos de transmissão, um estúdio, um complexo exibidor, um complexo de gravação e uma sala de apoio onde funcionavam



Equipe de jornalismo da TV Cultura do Pará na década de 1980



Marisa Ferrari - Repórter da TV Cultura do Pará, década de 1980



o jornalismo e a administração (FUNTELPA, 2007, p. 31).

O experimento deu certo, com programação oriunda do Rio de Janeiro, integrada ao Sistema Nacional de Rádios e Televisões Educativas, a TV Cultura deu seus primeiros passos rumo à consolidação de um canal de veiculação das expressões locais. Mas, no início, a diversidade local não era a tônica da programação e só foi sendo inserida na grade paulatinamente. *Um dos destaques dessa programação inicial era a novela Marquesa de Santos, que tinha a atriz Maitê Proença no papel principal. Na época ainda não havia uma rede nacional de televisão* (FUNTELPA, 2007, p. 31).

Três meses, após a inauguração experimental, em 15 de março de 1987, vai ao ar oficialmente a TV Cultura do Pará através do canal 2 inaugurando a programação local a partir da veiculação da versão resumida de um jornal exibido diariamente inicialmente às 20h30 e em 1989 passa a ser veiculado também às 12h30. O jornal teve como primeira apresentadora Rosana Rodrigues, hoje funcionária da Rádio Cultura FM, o nome de batismo do programa, que perdura até hoje, é “Jornal Cultura”.

É de conhecimento dos que lidam diretamente com as atividades de televisão que o jornalismo ainda é uma das produções de menor custo, se comparado aos demais produtos, como por exemplo, telenovelas, minisséries, documentários, filmes etc. É fato também que na TV analógica, o telejornalismo ainda é um dos programas que mais prestígio traz a uma emissora, aliado às demais programações.



Estúdio da Rádio Cultura na década de 2000

O jornalismo angaria audiência, respeitabilidade e fideliza o telespectador. Por esses motivos, dentre outros, é comum, na constituição das emissoras de televisão no Brasil, a utilização do gênero jornalístico como estratégia para construção e consolidação de uma grade televisiva. No caso da TV Cultura, essa estratégia foi imperativa já que como emissora pública uma de suas metas é difundir informações de utilidade pública voltadas ao bem comum.

## JORNALISMO: PRESENÇA MARCANTE NA CONSTITUIÇÃO DA TV CULTURA

Nessa perspectiva é que o jornalismo da Cultura escreveu sua história, da qual se orgulha por ter registrado e atuado de forma diferenciada como no caso da cobertura de uma de suas primeiras reportagens “a queda do edifício Raimundo Farias”.

(...) queda do edifício Raimundo Farias, em Belém. Na época a TV possuía apenas dois cinegrafistas, o que obrigou uma enorme mobilização de todo o pessoal do setor para a cobertura. Regina Alves era a diretora de jornalismo. As luzes do equipamento do Canal 2 foram colocadas a serviço do Corpo de Bombeiros para auxiliar no resgate das vítimas da tragédia (PEREIRA, 2002, p. 16-18).

No ano de criação da TV, muitos foram os desafios, como, a reportagem sobre o assassinato do deputado Paulo Fontelles que recebeu atenção es-



Marcia Freitas no Sem Censura Pará na década de 1980

pecial da equipe de jornalismo. Da mesma forma as câmeras e atenções dos jornalistas da Cultura foram acionadas para cobertura do *caso do lixo atômico, que estava programado para ser depositado na Serra do Cachimbo, sul do Pará. A TV Cultura tratou a proposta do Governo Federal com isenção e esclareceu a população paraense, ao mesmo tempo em que assumiu uma bandeira de interesse do Estado.* tornassem

A programação jornalística se definia, estabelecendo a característica informativa da emissora-produtora. A entrada de novos programas como “O Esporte Cultura” (1987), sob o comando de Carlos Bahia, o Jornal Cultura que foi dirigido por Lúcia Leão. No ano de 1987, ainda era marcante no jornalismo a presença quase que obrigatória dos assuntos oficiais na pauta do noticiário. Afinal não é possível esquecer que a herança da ditadura estava presente nesses anos, mesmo que com menor força.

Os tempos ainda eram difíceis, política e tecnologicamente. Produzir conteúdos televisivos não era uma tarefa fácil e se constituía como uma das mais dispendiosas atividades. Os recursos eram reduzidos e a logística de funcionamento complexa.

Tecnicamente a equipe era formada pelo cinegrafista e o operador de fita em sistema U-matic. A equipe ia para as externas com uma enorme câmera, que media 60 centímetros e pesava 13 kg, com um VT a tiracolo, grande e pesado e mais o material de iluminação obrigatório, pois as câmeras precisavam de muita luz. (PEREIRA, 2002, p. 17-18).

De lá para cá muita coisa mudou na ordem política e tecnológica, mas há ainda muitos desafios a vencer.

Atualmente o jornalismo da TV Cultura conta com o Cultura da Hora, um boletim com os principais acontecimentos em Belém e no Pará, apresentando de hora em hora. O Jornal Cultura, informativo diário, de 30 minutos; o Esporte Cultura, diário que privilegia o esporte amador e profissional e o Esporte 2, semanal que analisa os eventos esportivos e discute o esporte como fator de integração social (FUNTELPA, 2007).

Mesmo passados os anos e com as modificações nas estruturas de funcionamento do Sistema Público, parte da programação jornalística da TV Cultura *ainda vai ao ar nacionalmente, por meio da Rede Pública de TV, no programa Espelho Brasil apresentado todos os domingos na RPTV com material jornalístico de todas as emissoras públicas nacionais.* Sobre as produções e as configurações atuais da TV Cultura foi destinado um capítulo desta publicação no qual as atividades atuais estarão mais explicitadas e permitirão ao leitor a melhor compreensão da estruturação dessa emissora pública (FUNTELPA, 2007).

Aliados ao jornalismo outros gêneros e formatos deram sustentação à que hoje se constitui como maior produtora de conteúdo local da região Norte.



Antigo acervo de fitas com os programas gravados



Nélia Rufeil no Câmera 2

## APOSTAR NA PRODUÇÃO LOCAL FEZ A DIFERENÇA

Dado o pontapé inicial, em março de 1987 com o jornalismo, logo em seguida, em setembro do mesmo ano, amplia sua grade inserindo conteúdos locais à programação, como musicais – “Som no Tucupi” – e documentários – “Cultura Documento”. Com a inauguração do primeiro estúdio surgem novos formatos como os programas de debates – “Esporte Dois” –, 1987 e – “Debates Cultura” –, 1988 e entrevistas – Carta na Mesa –, 1988), configurando-se como integrantes da grade de programação. Apesar de estreante, ao final de um ano, a TV Cultura colhe o primeiro fruto do trabalho de qualidade

desenvolvido por aqui. Em 1988, a programação da emissora, agora também produtora, é premiada pela produção e veiculação do vídeo *Arquitetura Amazônica, em Sófia na Bulgária, concorrendo com 53 países*.

A TV Cultura vinha para ficar e fazer a diferença, não havia dúvida. Nessas décadas somaram-se prêmios e destaques pela programação de qualidade, apesar das dificuldades comuns a uma emissora do Sistema Público. Mais de duas décadas mostraram os diferenciais dessa que se tornou uma das grandes produtoras de conteúdos amazônicos. Veja a seguir os programas que fizeram a história da TV Cultura nos primeiros anos.

## PRIMEIROS PROGRAMAS DA TV CULTURA DO PARÁ

Programa	Descrição	Criação
Jornal Cultura	Informativo diário - às 20h30	1987
Esporte Cultura	Informativo esportivo diário - às 13h	1987
Som no Tucupi	Show musical quinzenal	1987
Cultura Documentos	Documentários	1987
Esporte Dois	Debates esportivos	1987
Eventos ao vivo	Transmissão ao vivo	Desde a fundação
Esporte Dois	Debates esportivos	1988
Debates Cultura	Debates gerais	1988
Cartas na Mesa	Entrevistas	1988
Sem Censura Pará	Variedades	1988
Cultura Economia	Informativo econômico	1988
Via Pará	Variedades	1988
Via Brasil	Programa veiculado em rede nacional	1988
Domingo esportivo	Transmissão de jogos esportivos	1988
Jornal Cultura 1ª edição	Informativo diário às 12h30	1989
Vídeo Cultura	Programa de ficção com autores regionais	1989
Festival Cultura	Programa mensal com eliminatórias para o 1º Festival Cultura de Música Popular Paraense	1989

Fonte: Relatório Funtelpa, 1988-1989



Switcher da TV na época



Tim Penner na edição do Jornal Cultura



## FORMAR COMPETÊNCIAS, MARCA REGISTRADA

TV Cultura do Pará, local conhecido e reconhecido como celeiro de formação profissional. Ao longo de sua existência foi o espaço do exercício primeiro de recém jornalistas, publicitários, cineastas etc. Mesmo que considerada por muito como local de passagem, a emissora tem atuado como um campo de formação de várias gerações. Incubadora de ideias na qual projetos são gestados e por muitas vezes transferidos para outros domínios. É fato que esse é um dos papéis da TV Pública, mas é fato também que o Sistema Público deveria ter condições de manter essas competências.

Muitos profissionais que hoje fazem parte do mercado da comunicação começaram sua carreira nos corredores e salas da TV e Rádio Cultura do Pará. Neste laboratório, os novos profissionais participam das discussões diárias da redação ou da produção de programas, adquirem o poder da observação do público e da experimentação de novos formatos e linguagens inovadoras. Assim nascem novos diretores, programadores e produtores com espírito de comunicação pública. (FUNTELPA, 2007)

A falta de políticas continuadas para fixação de competências é uma realidade partilhada pelos diferentes gestores dos meios públicos no Brasil. Sem as devidas políticas esses profissionais deixam as TVs e Rádios Públicas e vão servir as empresas

privadas. O que gera um processo de eterno recomeçar. Sem competências permanentes é muito complexa a consolidação do conceito amplo de TV Pública.

São muitos os nomes que podem ser citados em uma lista extensa, envolvendo ex-profissionais da Cultura, assim como as listas de ex-alunos das instituições educacionais, que passaram pelos veículos da Fundação: Lúcia Leão, atualmente editora executiva do Jornal Hoje da Rede Globo, Marisa Ferrari que hoje apresenta o Jornal da Band News, Úrsula Vidal, do SBT Belém, Regina Alves, Francisco César, Walter Guimarães, Edson Coelho, Jackson Barbosa, Flávio Barra, Nélia Ruffeil, Cláudia Brasil, Carlos Bahia, Afonso Klautau, Jacob Serruya, Natal Silva, Rui Cabocão, Edgar Castro, Andréa Rezende, Astréa Lucena, Betty Dopazzo, André Lima, Jocel, Valkari Garcez, Eduardo Luna, João Maria, Gilvandro Furtado, Edgar Augusto, Jussara Leal, Carla Vianna, Carla Eluan, Yá Solange, Márcia Freitas, Suzana Penner, Laíse Santos, Salomão Mendes, Mauro Lima, Marza Mendonça, João Jadson, Anselmo Gama, Maristela Lopes, Hamilton Pinheiro, Ney Messias, Nélio Palheta, Ronald Pastor e muitos, muitos outros...

Nesses vinte e três anos de trabalho, inúmeros foram os desafios arregimentando competências variadas, unindo ideais para a construção do que aqui se apresenta. Muito se fez e muito há para ser feito, mas sem dúvida a TV Cultura do Pará vem se destacando na Região Amazônica. Nessa trajetória, um de seus diferenciais é o jornalismo voltado à utilidade pública, essência maior desse gênero.



Switcher da TV em 2008



Terruá Pará



Respeitando o direito a informação estratégica, aquela que oferece pontes para construção ou busca de conhecimento, o jornalismo da TV Cultura, e dos demais veículos da atual Fundação Paraense de Rádio Difusão, tem proporcionado ao telespectador visões diferenciadas dos fatos. Ao direcionar o foco de suas câmeras em questões muitas vezes negligenciadas pelas emissoras comerciais, no entanto, cruciais para uma Região como esta.

Aliados ao jornalismo, os documentários configuraram o perfil da TV Cultura. Esse tem sido o grande nicho no qual a emissora-produtora se especializou, e pelo qual tem se distinguido tanto local, como nacional e internacionalmente. Nos anos iniciais era responsável por toda produção de documentários exibidos, com o passar dos anos tem apostado nas parcerias recorrendo a produtoras locais responsáveis atualmente pelas co-produções dos documentários. Abrindo-se as parcerias, a TV Cultura vem incentivando a formação de novos talentos locais, um dos objetivos de uma televisão pública. Descentralizando a produção, a TV Cultura aposta no novo ampliando e diversificando a produção televisiva regional.

A história da Cultura se constrói a partir da busca incessante pelo aprimoramento na oferta de conteúdo. Isso pode ser percebido pelas produções que não estão limitadas ao jornalismo e ao documentário. A busca vai além, a partir do investimento em outros gêneros e formatos. Assim, a Cultura tornou-se a única televisão brasileira que produz e veicula um programa infantil com temática amazônica: o “Catalendas”, com onze anos de existência,

produzido e veiculado sistematicamente em rede nacional é um dos destacados conteúdos da TV Pública paraense.

A TV Cultura do Pará, nessas décadas de existência, tem desempenhado um papel fundamental na cena musical da Região Norte, tornando-se a maior produtora de *clipes* e exibidora de shows musicais. Apostando nas competências locais, a emissora-produtora tornou-se grande incentivadora de talentos musicais.

Em tempos mais recentes, a TV Cultura tem apostado em novas ações a partir de políticas sistêmicas com as quais tem fomentado a utilização de formatos e gêneros até então inexistentes na grade de programação, como minisséries e interprogramações. Ações que serão detalhadas no capítulo quatro anos de gestão.

Como integrante da Associação Brasileira de Emissoras Educativas e Culturais – ABEPEC –, que mantém a Rede Pública de TVs no Brasil – RPTV –, tem sido uma das geradoras de conteúdo da grade de programação da TV Brasil, além de participar da TAL-TV da América Latina. É o único canal de difusão, no Pará, veiculado à produção independente de cinema e vídeo amazônico e brasileiro.

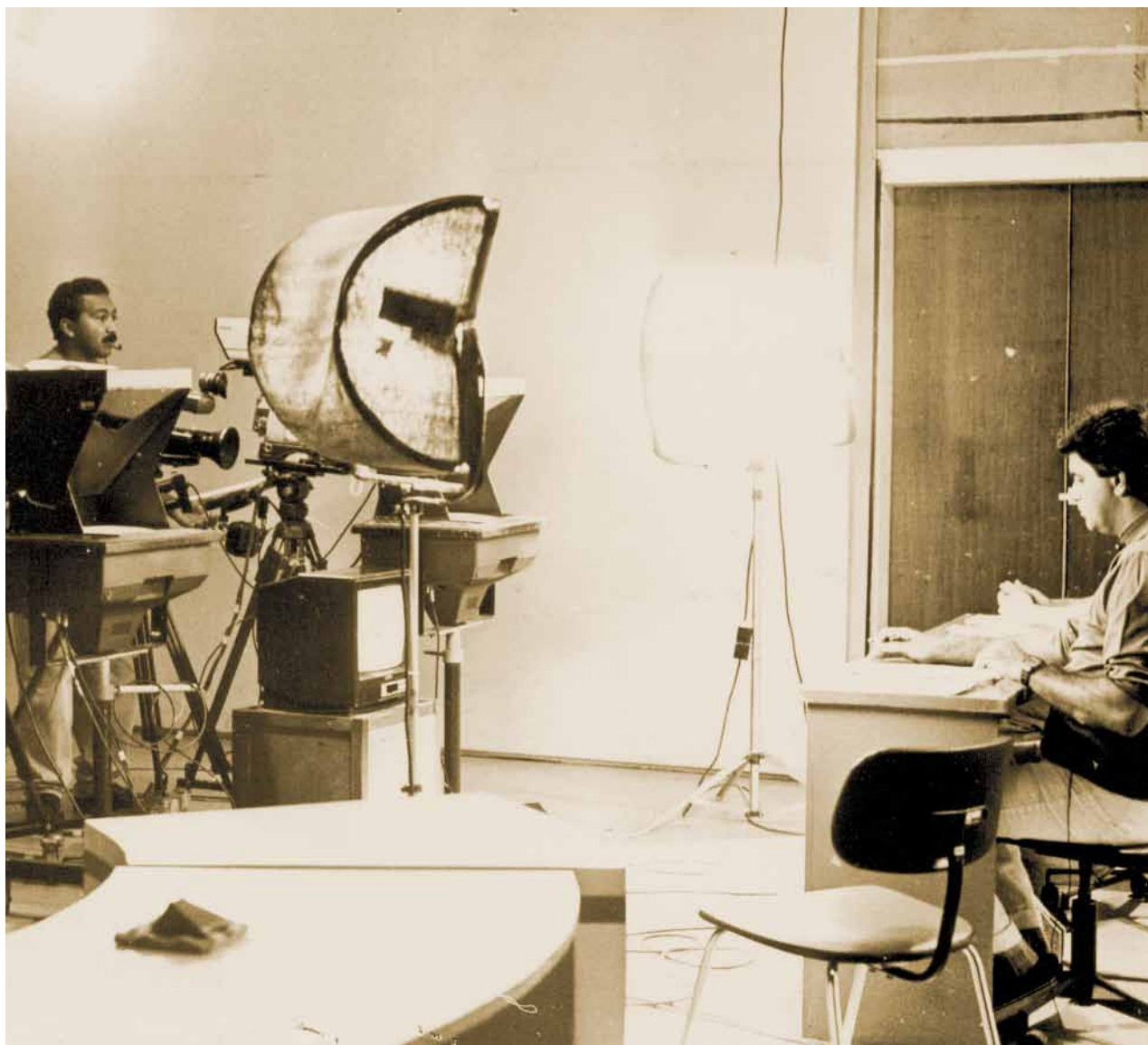
Não resta dúvida que apostar na criação dessa emissora foi uma decisão acertada. Sua caminhada transcende o esforço derradeiro oriundo de decisões governamentais. A TV Cultura do Pará se constitui como agente estratégico para cultura paraense e se destaca por ser responsável por mais de 20% da produção de conteúdo oferecido na grade. Os que estão mais próximos às discussões que envolvem a televi-



Guioberto Akel - funcionário antigo da TV Cultura



Sem Censura Pará



Paulo Baía - Esporte Cultura



Estúdio da Rádio Cultura - década de 1980



Funcionário no estúdio da Rádio Cultura - década de 1980

são sabem o que esse feito significa em investimentos, tanto de ordem material, como nos investimentos em recursos humanos. Para os interessados nos assuntos de TV é claro o que significa manter esse percentual de produção local. É fato que no Brasil a instalação das redes de televisão foi iniciada nos anos de 1960, dando origem às primeiras redes integradas de televisão. Foi um grande passo para o sistema televisivo brasileiro. No entanto, a implantação das redes trouxe consequências para as produções locais e regionais. É nessa década que se inicia a transmissão por microondas, permitindo o alcance ao vivo, por outros estados, das programações produzidas na região Sudeste. De acordo com Priolli (2000), esses anos marcam o estabelecimento das redes rudimentares de televisão, mas também, anulam as possibilidades de produções das televisões regionais.

O contexto configurado pelos anos 60 trouxe a paulatina diminuição das produções locais, em algumas regiões houve a completa extinção da produção de conteúdos próprios. Com o passar dos anos, as chamadas cabeças de rede tornaram-se responsáveis pela distribuição dos conteúdos às emissoras integrantes do Sistema Integrado, tornando-as meras repetidoras de conteúdo. Os centros irradiadores de programação foram se tornando hegemônicos a partir do Rio de Janeiro e São Paulo. Ficava cada vez mais difícil e dispendioso produzir localmente. Esse processo marca profundamente a história da TV no Brasil, configurada fortemente pela presença destacada do Sudeste em toda programação veiculada no país. Um país conhecido por sua di-

versidade cultural para ser reconhecido pelas produções televisivas oriundas quase que unicamente do Sudeste. Um processo que aponta claramente para o apagamento da multiplicidade cultural do Brasil. Se de um lado houve ganhos significativos, de outro ainda não foram mensurados os prejuízos causados pelas lacunas geradas com a ausência da programação regional na grade televisiva brasileira. Nesse sentido, a TV Cultura do Pará, como as demais televisões públicas, atua na contramão dessa tendência conseguindo, ao longo das décadas, resistir ao “apagamento” do regional, reafirmando o papel da TV Pública e seu destaque na história da televisão no Brasil.

A exemplo da escassez de fonte para reconstituição da história da televisão, com a trajetória da TV pública não é diferente. Este relatório tem como um de seus objetivos contribuir com a apresentação das atividades desenvolvidas em um período compreendido entre 2007 e 2010, registrando as produções e estruturação da TV Cultura do Pará e dos veículos que integram a Fundação Paraense de Rádio Difusão.

A proposta é, além de prestar contas à sociedade dos atos gerenciais desenvolvidos na Fundação, fornecer informações sistematizadas a respeito da televisão e, principalmente, do Sistema Público de Comunicação no Pará. Nesse sentido acredita-se que esta publicação venha colaborar no preenchimento de lacunas existentes para construção da história dos meios de comunicação no Brasil e para tanto, no próximo capítulo, serão apresentados os resultados dos quatro anos de gestão da FUNTELPA (2007-2010).



Mundé no Cultura Pai D'Égua



Benedito Nunes no Cultura Pai D'Égua





## **FUNTELPA: 4 anos de gestão**

Entre as responsabilidades da TV participativa está a criação e manutenção de um órgão gestor independente que, entre outras tarefas, deve interagir com a população e dialogar com a sociedade civil organizada. Isso pode ser feito através de mecanismos de consulta pública e prestação de contas sobre como as sugestões serão encaminhadas. UNESCO, 2010.



A história do Sistema Público de Comunicação no Pará não se resume e não se estabelece a partir dos últimos quatro anos, como foi possível perceber pela síntese apresentada nas páginas anteriores. Há muito a contar e resgatar de uma trajetória constituída por inúmeras realizações. No entanto, 33 anos de trabalho envolvendo diferentes atores, agentes e contextos variáveis não caberiam nessas breves páginas, e com certeza, demandariam trabalho exaustivo e cuidadoso de pesquisa que não poderia ser o objetivo deste relato. Assim, a proposta desta publicação é fazer um recorte nessa história focando os quatro anos de gestão, período compreendido entre 2007 a 2010 no qual os fatos e atos foram de responsabilidade do Governo do Estado exercido por Ana Júlia de Vasconcelos Carepa e na presidência da FUNTELPA, Regina Lúcia Alves de Lima. Evidentemente ao centrar o foco em determinado recorte não serão negligenciadas as ações que fomentaram o início de cada processo aqui relatado.

A escolha do recorte foi, inicialmente, motivada pela prestação de contas e disponibilização do que foi feito nesses quatro anos, mas a tessitura deste material tem em suas bases a pretensão de ir além da prestação de contas, como destacado anteriormente. Além da contribuição que se pretende oferecer, tem-se como meta também provocar no leitor a necessidade da busca por mais informações a respeito do que aqui é apenas delineado. É nesse processo de apropriação que considera a negação, a ressignificação, a contestação, a complementação, a correção, que este material encontrará sua complementaridade, ou seja, seu objetivo só se realizará

quando o ato de comunicação se constituir, acionando para isso as inúmeras instâncias de produção de sentido próprias de cada um e do coletivo.

## A CRIAÇÃO DA FUNDAÇÃO DE TELECOMUNICAÇÕES DO PARÁ

Dos tempos iniciais aos dias atuais muitas coisas aconteceram. Para entender melhor essa história nada é mais esclarecedor do que o passado. Para o desenrolar do que vai ser relatado, o ponto de partida será a década de 1970, anos que configuram o período de gestação da Fundação de Telecomunicações do Pará – FUNTELPA..

A gênese da criação da FUNTELPA encontra-se no projeto de criação e implantação de uma rádio em Onda Tropical (OT), em Belém para alcançar o interior do estado. Naquela época, como sinalizado nesta publicação, o Brasil era um outro país, com sérias dificuldades de comunicação entre as regiões e as cidades. As questões que afligiam o país, ainda rural, eram preocupações de todos os governantes, mesmo que esses tivessem como base, em muitos momentos, o exclusivo oportunismo político que considerasse a integração do país como forma de maior controle da população, possibilitando a continuidade da ditadura. O rádio, nas décadas iniciais de sua trajetória, se estabelecia como um dos meios de comunicação propícios a tão “almejada integração” e como tecnologia estratégica na resolução de sérios problemas nacionais como, a educação, as barreiras



Logotipo da *Funtelpa* na década de 1990



Logotipo da *Funtelpa* criado para os 30 anos de sua Fundação, 2007

do analfabetismo, as dificuldades de comunicação entre os que deixavam a vida do campo e os que permaneciam (o fluxo migratório do campo para cidade, para atender o processo industrial que se implantava).

Apesar de idealizada pelo Governador Fernando José Leão Guilhon (1971-1975), mesmo com a concessão de um canal de TV e alguns equipamentos garantidos, o governador não conseguiu instituir a Fundação no período de sua administração. Foi no governo de Aloísio Chaves (1975 a 1979) que o processo de institucionalização da Fundação é sistematizado e se concretiza, em junho de 1977, ano em que se dá a criação da Fundação de Telecomunicações do Pará – FUNTELPA, com a responsabilidade de gerir os serviços de Radiodifusão do Estado. A partir da lei 4.722, de 20/06/1977, o Governador criou a Fundação, pelo Decreto 10.133 e aprovou seu Estatuto.

A Fundação é criada para implantar a rádio, que já contava com a concessão pública do governo federal, e dar sequência a todos os projetos de radiodifusão, inclusive com a interiorização de imagens de TV. O primeiro a presidir a Funtelpa foi o advogado e radialista Orlando Carneiro, egresso dos quadros da antiga TV Marajó-ara, integrante da extinta Rede Tupi (FUNTELPA, 2009).

Uma das responsabilidades transferida à recém Fundação foi a administração da Rádio Cultura

do Pará Onda Tropicais – OT. Anteriormente, a administração desse veículo de comunicação ficava a cargo do antigo Instituto de Desenvolvimento Econômico e Social do Estado do Pará – IDESP. Após a transferência da gestão iniciou-se o projeto de implantação da Rádio Cultura em Frequência Modulada (fundada em 1985) e da TV Cultura (inaugurada em 1987). A Rádio Cultura OT desenvolvendo suas atividades no Município de Marituba, na Região Metropolitana de Belém, às margens da rodovia BR-316, local escolhido para o início dos projetos de constituição dos demais meios de comunicação pública que formariam a Rede Pública existente hoje.

Em 1981, a FUNTELPA recebe sua sede em Belém, local da Fundação onde ficam os estúdios e são desenvolvidas as atividades da Rádio Cultura do Pará, da TV Cultura e do Portal Cultura. A estrutura física da sede foi projetada para abrigar, também, as instalações da Imprensa Oficial do Estado – IOEPA. Como a sede da Rádio Cultura, em 1982, foi transferida de Marituba para a capital, apenas o sistema irradiante da emissora permaneceu naquele município.

A Rádio Cultura OT passa a integrar o Sistema Nacional da Rede de Emissoras Educativas, em 1983, a partir de um convênio firmado com a Universidade Federal do Pará – UFPA –, Secretaria de Estado de Educação e Cultura e Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa – FUNTEVÊ. Essa inserção no Sistema propiciou a formação de competências dedicadas à criação e produção de pro-



Estúdio da Rádio Cultura OT na década de 1980



Programa *Sem Censura Pará* na década de 1980

gramas educativos voltados para a realidade amazônica. A formação dos recursos humanos se deu em 1984, possibilitando no ano seguinte a produção local de conteúdos educativos.

Foi no ano de 1985, em 11 de outubro, que se deu a fundação da Rádio Cultura FM. Nascida com o objetivo de valorizar a música brasileira, atualmente a Rádio produz todos os conteúdos da grade de programação com um leque de opções que contempla da informação ao entretenimento.

Na região amazônica, a abrangência da Rádio Cultura FM, com a formação da Rede Cultura de Rádio, em outubro de 2003, é fator estratégico. Com a Rede, a Fundação passou a alcançar 122 dos 143 municípios paraenses, através de emissoras de rádios afiliadas.

*Assim, todas as macro e microrregiões do Pará estão contempladas com emissoras da Rede que recebem o conteúdo da programação da Cultura FM. Até mesmo estados vizinhos, como o Maranhão e o Amapá, captam o sinal, seja pela proximidade geográfica ou pelas parcerias firmadas para transmissão de programas específicos, como o noticiário “Jornal da Manhã” (FUNTELPA, 2009).*

Essa amplitude do sistema radiofônico paraense, além de propiciar informação e entretenimento aos diferentes municípios do Pará, atua diretamente na oferta de oportunidade aos talentos locais que encontram nesses veículos lugar para divulgação de suas produções.

Em 1987, o fato que marca a entrada da Fundação no Sistema Público de Televisão, como destacado anteriormente, é a inauguração da TV Cultura do Pará. O projeto de possuir uma televisão pública no Pará torna-se concreto em todas as suas dimensões projetivas. Inicia-se uma nova era nas telecomunicações, na radiodifusão e na cultura paraense.

Assim, está constituída a Fundação que tem como metas coordenar, planejar e executar a implantação do sistema estadual de repetição e retransmissão de sinais de televisão e rádio. Atualmente composta por 79 estações repetidoras e retransmissoras de TV distribuídas por municípios do Estado, além da Rádio e TV Cultura do Pará, em Belém. Mantendo em suas grades uma linha de programação eminentemente regional, de caráter educativo e cultural; orientados para produção de conteúdos que preservem a identidade cultural do Estado, os veículos que formam a FUNTELPA buscam alcançar os mais diversificados segmentos da sociedade. São trinta e três anos de história e experimentações que tornaram a Fundação referência nessa área, produzindo conteúdos de qualidade a partir de propostas inovadoras. Para ilustrar parte dessa história é que se apresenta o que foi realizado nesses quatro anos de gestão.

## O DESAFIO DE MODERNIZAÇÃO DA FUNTELPA

Para dar continuidade à trajetória construída ao longo de mais de três décadas, a Fundação, nos



Ana Júlia Carepa na inauguração do novo transmissor da Funtelpa



Redação do jornalismo da TV Cultura, 2009



últimos anos, teve como foco promover uma gestão pública voltada para a modernização e ampliação do alcance dos veículos de Comunicação Pública do Estado. Seguindo os pressupostos daqueles que defendem uma Comunicação Pública voltada para a diminuição de desigualdades regionais e culturais, profundas mudanças, sobretudo de filosofia na gestão das questões públicas, foram empreendidas no período de governo 2007 a 2010, liderado pela Governadora Ana Júlia Carepa, estando a FUNTELPA sob a presidência de Regina Lúcia Alves de Lima.

Mas antes que ações propriamente ditas fossem realizadas, a direção da FUNTELPA construiu um planejamento estratégico referenciado por conceitos e diretrizes de gestão pública modernos. Como não poderia deixar de ser, a manutenção da programação reconhecida, a aquisição de novos equipamentos, a expansão do sinal para os municípios paraenses, o fortalecimento da prestação de serviço à comunidade, a implementação de novas formas de atuação, condizentes com o caráter público da Fundação, a pesquisa e criação de nova grade de programação se constituíram como objetivos centrais de todos os esforços que fundamentaram as estratégias e as ações da Fundação ao longo desses quatro anos.

Para que o novo modo de fazer comunicação pública fosse concretizado muitas coisas deveriam ser mudadas, entre elas, por exemplo, a natureza jurídica da Fundação. E foi em um longo processo, envolvendo diversos agentes do campo da Comunicação Pública no Estado do Pará, que a mudança

da personalidade jurídica da FUNTELPA ocorreu. Com essa alteração, o nome da instituição deixou de ser Fundação de Telecomunicações do Pará e passou a ser Fundação de Radiodifusão do Pará –FUNTELPA. A lei 7.215, de 3 de novembro de 2008, aprovou a mudança de natureza jurídica.

Além de dinamizar a gestão da Fundação, a mudança na personalidade jurídica da instituição – que deixou de ser uma fundação pública de direito público para constituir-se em uma fundação de direito privado – abriu um leque de oportunidades que vão desde a organização e ampliação do quadro funcional de todos os meios de comunicação da FUNTELPA até a construção de novos projetos e novas parcerias, fundamentais para emissoras de TV e Rádio no campo da Comunicação Pública na atualidade.

## Política para fixação de competências

No que se refere aos recursos humanos, a nova natureza jurídica da FUNTELPA possibilitou a contratação de pessoal pelo regime da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT. Com a medida, os salários sofrerão reajustes a partir do padrão de mercado, tornando possível a implantação de um plano de cargos e salários que incluiu os benefícios previstos na CLT. Uma forma de atuação com vista à fixação das competências no setor público de comunicação.

A formação e a fixação de competências foi uma das primeiras e constantes preocupações desta diretoria. Logo no primeiro ano, foi necessário ven-



Redação da Rádio Cultura, 2009



Portal Cultura [www.portalcultura.com.br](http://www.portalcultura.com.br)



Bastidores do *Sem Censura Pará*, 2008



cer obstáculos para a implantação de um novo projeto de gestão de pessoal. Era necessário minimizar a disparidade dos salários entre os diversos regimes de contratação existentes anteriormente. Para isso, foram incorporados os complementos salariais nos contracheques dos servidores celetistas, contratados antes da Constituição de 1988. No caso dos colaboradores temporários foi implementado o tempo integral. Dessa forma, houve a incorporação do que era pago como serviços *freelancer* aos vencimentos dos temporários. Para o desenvolvimento das ações de pessoal a participação ativa da direção da Fundação foi decisiva, resultando na legalização da situação dos celetistas integrados à FUNTELPA.

Outras decisões adotadas no decorrer desses anos foram: concessão de Auxílio Alimentação para todos os servidores da Fundação, com um valor fixo e válido para todas as categorias contratuais. Além de seguro de vida corporativo, no qual o servidor é incluído automaticamente no momento de sua contratação, com possibilidade de extensão do benefício aos demais familiares; concessão de 22 cheques-moradia com valor variável entre R\$ 2.800,00 (Dois mil e oitocentos reais) e R\$ 8.400,00 (Oito mil e quatrocentos reais), totalizando o investimento em R\$-125.640,00 (Cento e vinte e cinco mil, seiscientos e quarenta reais).

Para o acompanhamento e apoio aos integrantes da equipe foi implantado o Serviço de Psicologia, responsável pelos processos de recrutamento e seleção, treinamento e desenvolvimento de pessoal, atendimento psicológico aos colaboradores e reali-

zação dos encaminhamentos necessários nas ações de segurança e saúde do trabalhador.

Na área de Recursos Humanos – RH –, foram adotadas medidas para reorganização dos processos de recrutamento e seleção na contratação de estagiário. Além, do planejamento, elaboração e acompanhamento da nova proposta de estágio da FUNTELPA. A adesão ao Programa de Qualidade na Gestão – PQG-PA –, com a capacitação de quatro colaboradores do RH, no curso de preparação para a auto-avaliação, foi uma das ações para acompanhamento continuado do pessoal.

Em 2007 foram empossados 64 servidores selecionados em concurso público no ano de 2006. Em 2010 houve a realização de mais um concurso público, no qual foram ofertadas 83 vagas distribuídas por diferentes categorias funcionais. O concurso destinava-se ao preenchimento do quadro tanto na capital, como nos municípios.

### **Novo espaço físico: necessário às novas dinâmicas implementadas**

A FUNTELPA, como destacado anteriormente, desde seus primeiros anos funciona na Avenida Almirante Barroso, espaço que compartilha com as instalações da Imprensa Oficial do Estado do Pará – IOEPA. A carência de espaço tornou, a cada ano, as instalações incompatíveis com o crescimento da Rede Cultura de Comunicação e as novas atribuições implantadas a partir das po-



Cheque moradia



Prédio da nova sede da Funtelpa na Parauapebas



líticas de comunicação estabelecidas pela direção da Fundação.

Com todas as ações de expansão e modernização da Rede Cultura de Comunicação, tornou-se evidente a necessidade de uma nova sede, onde fosse possível a instalação otimizada dos novos equipamentos e de estúdios mais amplos, oferecendo mais conforto e condições adequadas de trabalho para os profissionais de diversos setores.

A verba aportada para a nova sede são superiores a R\$ 6,2 milhões, em recursos do Tesouro Estadual. Os gastos com o prédio foram necessários para a compra de dois elevadores com capacidade de carga de 440K cada um, divisórias, equipamentos, mobiliário, sistema de refrigeração, grupo gerador de energia, instalação de auditório com capacidade para 24 lugares, estacionamento privativo para 25 carros e estruturação do Memorial da FUNTELPA. No prédio da Almirante Barroso, permanecerão o transmissor e torre da TV e Rádio Cultura. A transmissão de dados – áudio e vídeo – será feita por um enlace de fibra óptica, sem prejuízo na recepção do sinal pelos aparelhos de televisão dos telespectadores paraenses.

Todo investimento realizado permite considerar que as novas instalações alterarão significativamente o fazer e o pensar da produção na Rede Pública de Comunicação no Pará. Em 2011, os veículos públicos paraenses atenderão à demanda dos cidadãos na Rua dos Pariquis n. 3616, novo espaço da Cultura no Pará.



A Funtelpa recebendo a nova antena para o projeto *Up Link*

## O sistema *UP Link*

Tendo em vista o resgate das metas traçadas, ainda na formação da TV Cultura, a FUNTELPA investiu, em 2008, cerca de R\$ 9 milhões na estruturação das retransmissoras. Novos equipamentos, como câmeras de TV e ilha de edição também foram adquiridos, a partir do novo maquinário foi possível ampliar o alcance do transmissor de 5 *kilowatts* para 44 *kilowatts*. Agora, com uma antena de 17 metros e dez vezes mais potente, o transmissor, finalmente, atende a toda região Metropolitana de Belém, o que antes não ocorria.

A mudança que eliminou, gradativamente, problemas na recepção do sinal como “fantasmas”, “chiado” ou a simples falta de recepção do Canal 2, também se traduziu como estratégica para a ampliação da presença da TV e Rádio Cultura em vários municípios do Estado, fato que beneficiou o telespectador paraense. Finalmente, a programação televisiva diferenciada, regional e educativa coloca a TV Cultura em posição de destaque, agora com mais qualidade de programação e de sinal, tornando-se presente no dia a dia em diferentes municípios do Pará.



Instalação de nova antena: o projeto *Up Link* sendo executado

Eu louvo muito essa iniciativa da TV Cultura do Pará. Acho que a governadora Ana Júlia também merece cumprimentos pela iniciativa de disponibilizar recursos e a direção da FUNTELPA de realizar essa ampliação da difusão do sinal. A maioria das chamadas TVs públicas, estaduais, educativas, hoje, pelo sucateamento a que foram condenadas, cobrem apenas as capitais ou a Região Metropolitana. E isso é um empecilho ao cumprimento do direito à informação. Para a formação da Rede Pública de TV, por exemplo, essa associação entre as TVs públicas e a TV Brasil é muito importante, para que o sinal seja ampliado e que o direito à informação seja levado a cada cidadão, a cada paraense, a cada baiano, gaúcho, ou seja, a cada brasileiro (Tereza Cruvinel, Presidente da Empresa Brasil de Comunicação).

#### EXPANDINDO O SISTEMA UP LINK

A expansão do sinal da TV Cultura – sistema Up Link – foi dividido em três fases:

1ª Fase	Implantação da TV Cultura do Pará, em 13 municípios onde os canais não estavam sendo utilizados pela TV Liberal; ( Fase Realizada);
2ª Fase	Implantação da TV Cultura em mais 64 municípios, onde os canais estavam em poder da TV Liberal, que era objeto de convênio com a FUNTELPA em gestões passadas e que foram resgatados na atual gestão por força judicial; (Fase Realizada)
3ª Fase	Implantação da TV Cultura em mais 15 municípios, onde a Fundação não dispunha de canais e que seriam solicitados ao Ministério das Comunicações (A realizar).



Inauguração da TV Cultura em CAPITÃO POÇO



Inauguração da TV Cultura em BAIÃO

## O sinal da TV Cultura em 64 municípios do Pará

Muito embora a TV Cultura possuísse a autorização do Ministério das Comunicações para transmitir o próprio sinal para todo o Estado do Pará, ele estava sendo indevidamente explorado pela TV Liberal. Mais um exemplo dos caminhos tortuosos pelos quais a TV pública passa no Brasil.

O uso do sinal da TV por parte da emissora comercial ocorria por meio de contratos e convênios celebrados por antigos gestores da Fundação. Com a descoberta do uso indevido da coisa pública, a direção da FUNTELPA suspendeu o pagamento mensal de R\$ 496 mil à TV Liberal e denunciou o convênio, firmado em 1997, ao Ministério Público do Estado do Pará. O caso teve destaque nos jornais da época e se caracterizou pela difícil retomada, alcançada por via judicial.

A assinatura e as sucessivas renovações do contrato ocorridas entre setembro de 1997 a dezembro de 2006 consumiram da Fundação mais de R\$ 35 milhões, ao longo de 10 anos de sua vigência. As 13 retransmissoras foram devolvidas em 2001, mas somente em 2007 elas foram efetivamente retomadas e reestruturadas para o recebimento e transmissão do sinal da TV Cultura para os 64 municípios do interior do Estado.

A retomada das retransmissoras permitiu que a FUNTELPA resgatasse o próprio caráter público que deve possuir a Fundação, conceito este que es-

tava enfraquecido com o avanço da lógica comercial que prevaleceu em gestões anteriores.

A tomada de decisão implementada no resgate do sinal da TV Cultura em localidades do interior do Estado revela o posicionamento estratégico da Fundação diante do desafio de promover equidade social. Como argumenta Germán Rey, um dos pesquisadores da televisão pública na América Latina, o Estado, em uma economia de mercado, possui um papel insubstituível como promotor de capacidades, considerando não só o crescimento, mas também as necessidades de equidade.

Após a retomada dos 64 canais concedidos à FUNTELPA pelo Ministério das Comunicações, a Instituição iniciou a transmissão da imagem e do som da TV pública para o interior do Estado. O desafio foi grande, já que o Estado do Pará é o 2º Estado brasileiro em superfície, superado apenas pelo Estado do Amazonas. São mais de 1,2 milhão de quilômetros quadrados, uma área duas vezes maior do que a da França, cinco vezes maior que a do Estado de São Paulo e onde caberia 12 vezes um estado com o tamanho do Estado de Pernambuco.

Como resultado da nova fase de reestruturação da Fundação, em 20 de janeiro de 2008 ocorreu a primeira inauguração de uma retransmissora da TV no município de Abaetetuba. Até o final daquele ano, 21 municípios já tinham acesso à programação. Já no ano de 2010, os moradores de 64 localidades do Estado estão recebendo o sinal da TV Cultura em suas casas.



Inauguração da TV Cultura em CURUÇA



Inauguração da TV Cultura em MARAPANIM



## Teleinformação: prestação de serviço à sociedade

Usar a convergência tecnológica para a produção de conteúdos educativos, quebrando barreiras até então intransponíveis como a distância ou a falta de recursos técnicos, tem sido o grande desafio das políticas de comunicação, educação e cultura em diversas regiões do mundo e também na região amazônica.

A experiência do Teleinformação, projeto patrocinado pela Empresa Brasileira de Comunicação – EBC –, que objetiva a criação de um estúdio para a Educação a Distância – EAD –, possíveis a partir da utilização do *up link*, que possibilita a transmissão simultânea em tempo real, se revelará uma promissora estratégia para ampliação das atividades educacionais no Pará. A partir das ações realizadas, a FUNTELPA é parceira essencial do Teleinformação, atuando na produção e viabilizando a troca de conteúdos principalmente para a educação a distância.

Para a recepção dos sinais do Teleinformação, escolas dos 144 municípios paraenses receberam o conjunto de equipamentos composto por: uma TV, um aparelho receptor da programação – IRD –, uma antena parabólica, além de material necessário à confecção das bases de concreto para firmar as antenas.

Para captar os sinais é preciso instalar os equipamentos listados a seguir e configurar o receptor com as seguintes definições.

### *Equipamentos necessários:*

- 1 antena parabólica com pelo menos 2 metros de diâmetro;
- 1 receptor de satélite com a função DVB-S2;
- 1 monitor TV LCD 32” (preferencialmente);
- 1 caixa acústica / amplificador 50 watts.

### *Configuração do receptor:*

- Satélite NSS10;
- Modulação 8PSK;
- Polarização Vertical DVB-S2;
- Piloto ligado;
- Frequência 4069;
- Taxa 2940;
- FEC 3/4.

O primeiro teste de transmissão para os municípios, que já recebem o sinal da TV Cultura, ocorreu no dia 18 de outubro de 2010. O marco para a telecomunicação e educação no Estado se deu a partir da transmissão dos discursos do titular da Secretaria de Estado de Educação – SEDUC –, Luiz Cavalcante e da presidente da Fundação, Regina Lima.



Regina Lima e Luiz Cavalcante no estúdio da Teleinformação - EAD



Técnico no estúdio da EAD

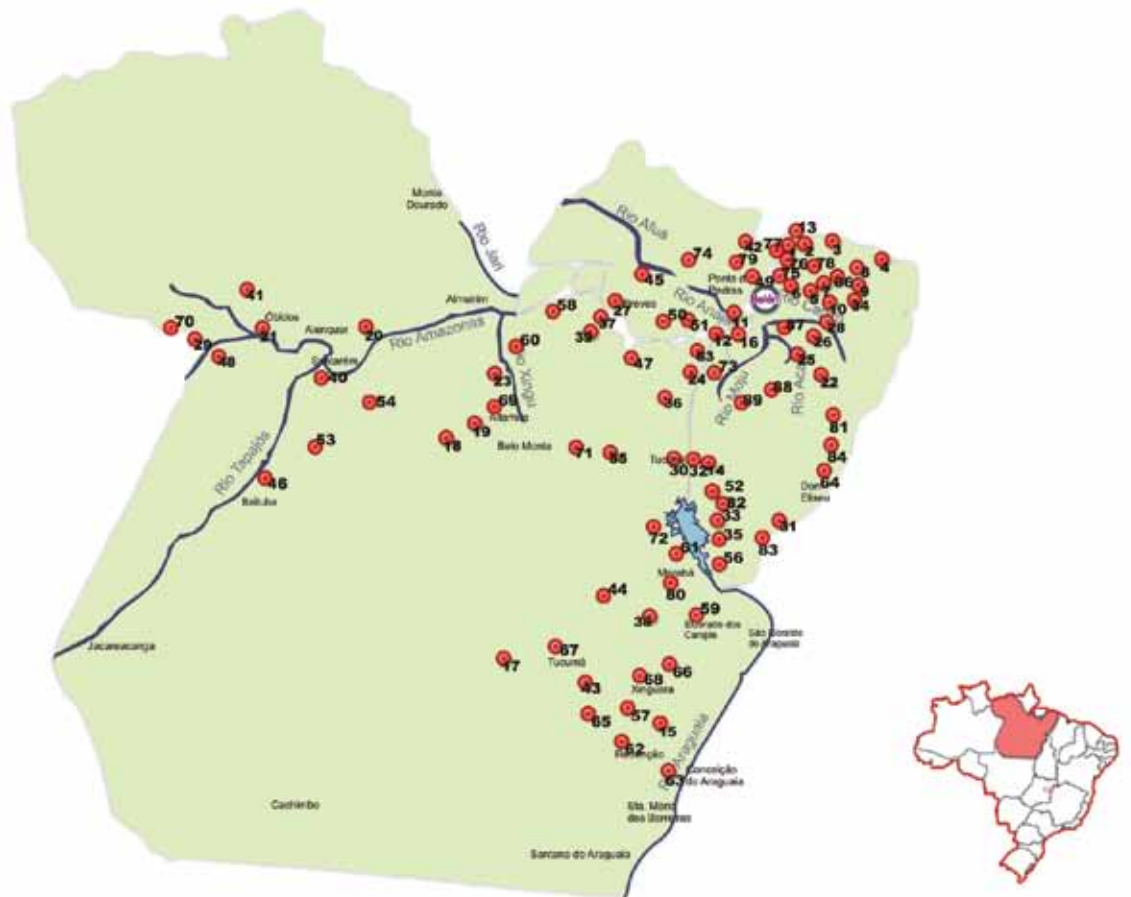


A FUNTELPA é uma prestadora de serviço. O estúdio pode ser usado por educadores de várias áreas, como a Fundação Carlos Gomes, por exemplo, que já entrou em contato conosco para saber da possibilidade de ensinar música através deste canal (Regina Lima, Presidente da FUNTELPA e da ABEPEC)

As escolas receberam os equipamentos da EAD para transmissão e captação de programas de educação a distância no interior do Estado. No Pará, com a dimensão continental e as complexas formas de acesso, essa é sem dúvida uma das ações que, se continuada e bem explorada, poderá modificar realidades educacionais na região.

Com investimento de R\$ 1.022.079,00 (Um milhão e vinte dois mil e setenta e nove reais), sendo que deste total R\$ 108.000,00 (Cento e oito mil) são de contrapartida da emissora paraense, o projeto Teleinformação promove por meio tecnológico o diálogo entre a capital e os municípios do Estado.

## Mapa da Teleinformação







**Rede  
Cultura**  
de Comunicação



**Pará**  
GOVERNO DO ESTADO



### RELAÇÃO DE ESCOLAS COM OS EQUIPAMENTOS DA EAD

MUNICÍPIO	ESCOLA	RESPONSÁVEL
Abaetetuba	EEEFM Bernardino Pereira de Barros	Maria de Jesus A. Rocha
Abel Figueiredo	EEEM Prof. Hélio Frota Lima	Vera Lúcia dos Santos
Acará	EE Felipe Patroni	Amiraldo B. Carvalho da Costa
Altamira	EEEM Polivalente	José de Jesus de Oliveira Miléo
Anajás	EEEM Rui Barbosa	Aldomir Ricardo Borges de Menezes
Ananindeua	EEIFM Agostinho Monteiro	Neusa de Oliveira Carvalho
Anapu	EEEM Maria José Santana da Silva	Alexandra Oliveira Silva
Aurora do Pará	EE Prof. Hildeberto Reis Sede	Romildo Robson da Silva
Aveiro	EE Eduardo Angelim	Geanne Xavier Nunes
Bagre	EEEM Julião Bertoldo de Castro	Terezinha Rodrigues de Abreu
Baião	ERC Francisca Nogueira da Costa Ramos	Patrícia dos Reis Viegas
Benevides	EEEFM Profª Ana Teles	Oscarina Oliveira dos Santos
Bom Jesus do Tocantins	EE Raulino de Pinto	Simone da Silva Coelho
Bonito	EE Charles Assad Sede	Silvana Maria da Silva Lima
Bragança	EEEFM Bolivar Bordallo da Silva	Robson de Sousa Feitosa
Brasil Novo	EE Brasil Novo	Ivani Zanelato da Silva
Breu Branco	EEEM Severo Alves	Luzia Santana dos Santos
Breves	EE Profª Maria Elizete Fona Nunes	Lúcio Róbson Braga das Neves
Bujará	EEEFM Dom Mário de Miranda Vilas Boas	Sueli da Silva Santos
Cachoeira do Arari	EEEFM Delgado Leão Sede	Sandra Solange de Jesus Souza
Cametá	EEEM Júlia Passarinho	Fortunato de Lima Damasceno
Capanema	EE Maria Amélia de Vasconcelos	Shakira Cristina R. Da Silva
Capitão Poço	EE Padre Vitaliano Maria Vari	Eneida dos Santos Guimarães Ribeiro
Castanhal	EEEM Lameira Bittencout	Adalberto de Morães Filho
Conceição do Araguaia	EE Bráulia Gurjão	Samaritana Gomes da Mota
Concórdia do Pará	EE Amábilio Alves Pereira	Delda de Jesus Coutinho david
Curionópolis	EE Dr. Tancredo de Almeida Neves	Eli Carlos de Sousa Alencar
Dom Eliseu	EEM Luiz Gualberto Pimentel	Maria de Lourdes Silva



Altamira



Dom Eliseu



MUNICÍPIO	ESCOLA	RESPONSÁVEL
Eldorado dos Carajás	EE Eldorado	José Agostinho Ferreira
Faro	EE Flora Teixeira Sede	Izabel Maciel Guerreiro
Floresta do Araguaia	EE Monsenhor Augusto Dias	Marcina Ana da Costa Brito
Goianésia do Pará	CE Profª Anunciada Chaves	Maria Antônia Alves
Gurupá	EE Marcílio Dias	Ana Sônia Gonçalves da Silva
Igarapé-Açu	EE Cônego Calada	Maria de Fátima dos Santos Calado
Igarapé-Miri	EE Manoel Antônio de Castro	Francinete da Costa Santos
Ipixuna do Pará	EEEFM Adélia Carvalho Sodré	José Pires de Oliveira Filho
Irituia	EE Maria da Conceição Malheiros	Luciene do Socorro da Vera Cruz dos Santos
Itupiranga	EE Profª Albertina Barreiros	Keila Charles Carvalho Guimarães
Jacundá	EE Profª Maria da Glória Rodrigues Paixão	Idaleni
Juruti	EEEM Emanuel Salgado Vieira	Ferdinando Raimundo Silva Barata
Mãe do Rio	EEEM Padre Marino Conte	Maria de Fátima da Silva Araújo
Marabá	EE Plínio Pinheiro	Vanderlei Lopes Barros
Marapanim	EE Remígio Fernandes	Leocádia Nazaré Carvalho Pinheiro
Maracanã	EE Presidente Kennedy	Evandro Sousa do Espírito Santo
Marituba	EEE Fernando Ferrari	Maria de Lourdes Sousa Vera Cruz
Medicilândia	EE Francisca Gomes dos Santos	Eremita Batista da Silva
Magalhães Barata	EE Prof. Manoel Joaquim	Sérgio Marinho de Miranda
Melgaço	EEEFM Tancredo Neves	Rosiete Corrêa Siqueira
Mocajuba	EE Profª Isaura Bahia	Edimar Lopes Barros
Moju	EE Profª. Enestina Pereira Maia	Uberaba dos Santos Pereira
Monte Alegre	EEEM Francisco Nobre de Almeida	Andrea de Jesus Lins Oliveira
Muaná	EE Dr Sérgio Mota	João do Vale Corrêa
Nova Ipixuna	EE Maria Irany Rodrigues	Jair Kleber (Secretário)
Novo Repartimento	EEEM Papa Paulo VI	Hipólito José Neto
Óbidos	EEEM São José	Sidomar Figueira da Silva
Oriximiná	EE Padre José Nicolino de Sousa	Lilian dos Anjos Seixas
Ourém	EE Padre Ângelo Moretti	Maria Conceição dos Reis e Silva



Igarapé-Açu



Igarapé-Miri

MUNICÍPIO	ESCOLA	RESPONSÁVEL
Ourilândia do Norte	EE Dr. Romildo Veloso e Silva	Maria Inez Teles da Silva
Ulianópolis	EEEM Profa. Izabel Amazonas	Maria Izabel Ribeiro Chaves
Pacajá	EEEM Aluísio Loch	Leane Dangelo Eloi
Paragominas	EE Presidente Castelo Branco Sede	Maria Edileuza Farias
Parauapebas	EE Gen. Euclides F Figueiredo	Gislene Francisca Santos
Pau D'Arco	EEEM Paulo Hanneamann	Maria Félix Guimarães
Portel	CEEM Dep. Nicias Ribeiro	Francisco Angel de Oliveira Júnior
Porto de Moz	EEEM Dom Pedro I	André Luiz da Silva
Redenção	EE Eng. Palma Muniz	Sandra Pinto de Oliveira Fiúza
Rio Maria	EE Senador Catete Pinheiro	Adjair Ribeiro da Silva
Rondon do Pará	EE Dionísio Bentes de Carvalho Sede	Maria Suely Ferreira Cordeiro
Rurópolis	EE Gov. Eurico Vale (Sede)	Celivan André da Silva
Salinópolis	EE Dr. Miguel de Santa Brígida	Antônio Marcos Corrêa Rodrigues
Salva Terra	EE Prof. Ademar Nunes	Eliana dos S.ocorro Pedrosa Coelho
Santa Bárbara	EEE Santa Bárbara	Maria José da Silva Santana
Santa Cruz do Arari	EEEFM João Apolinário Batista	Antônio Cristian de Souza Freitas
Santa Izabel	EEE FM Antônio Lemos	Josefa Alves Xavier
Santa Luzia do Pará	EE Prof. Florentina Damasceno (Sede)	Viviane Regina da Silva Araujo
Santa Maria	EE Magalhães Barata	Graciete de Almeida Maciel
Santarém	EEEFM Madre Imaculada	Solange Cristina Fonseca Valente
São Domingos do Capim	EEEFB Dr. Maroja Neto	Josiany de Cássia Nunes Sodré
São Caetano de Odivelas	EEEF Desembargador Osvaldo Brito de Farias.	Felipa Rodrigues dos Santos Rendeiro
São Félix do Xingu	EE Carmina Gomes	Darci de França Rodrigues
São João do Araguaia	EE DR. Abel Figueiredo	Ludiana Alves Nogueira Costa
São João de Pirabas	EEEM Francisco da Silva Nunes	Carmen Ceres Araújo dos Santos
São Miguel do Guamá	EE Frei Miguel de Bulhões	Raimunda Socorro Lima
São Sebastião da Boa Vista	EEEF Magalhães Barata	Dinamar Souza Costa



Aérea da região de Óbidos



Marabá

MUNICÍPIO	ESCOLA	RESPONSÁVEL
Sapucaia	EEEM Paulo Freire	Isabel Landim Botelho de Oliveira
Senador José Porfirio	EE Rosa Alvarez Rebelo	Jerson Ferreira dos Santos
Soure	EE Gasparino Batista da Silva	Juvaneide Júlia de Oliveira Souza
Tailândia	EEEM São Francisco de Assis	Senira Pinto de Souza
Terra Alta	EE Inácio Passarinho	Manoel Robnilson S. Mesquita
Terra Santa	EE Antônio Cândido Machado	Ana Maria Fonseca de Souza
Tomé-Açu	EEEM Antônio Brasil	Elizelma Abreu da Graça
Tucumã	EE Prof. Geraldo Ângelo Pereira	Roksane L. Braga de Oliveira
Tucuruí	EE Dep. Raimundo Ribeiro de Souza	Benedita do Socorro Pinto Borges
Ulianópolis	EEEM Profª. Izabel Amazônas	Maria Izabel Ribeiro Chaves
Uruará	EE Melvin Jones Sede	Edilson Caetano de Andrade
Vigia	EEEEEM Presidente Kennedy	Rosilena Silva de Alcântara
Vitória do Xingu	EE Padre Eurico	Maria Edinar do Carmo
Xinguara	EEEM Dom Luiz de Moura Palha	Arlete Francisca Marques

### Cultura Brands: o diálogo entre o público e o privado

Tempos de mudanças no contexto brasileiro e paraense provocam inúmeras alterações nas formas de gestão das instituições públicas. É nesse panorama que a Fundação de Telecomunicações do Pará lança, em 2007, o projeto *Cultura Brands*. O serviço público de televisão se faz com verbas provenientes do Estado, mas para criar e garantir a manutenção de novos projetos, a FUNTELPA, através desse projeto, tem como objetivo estabelecer parcerias comerciais com a iniciativa privada – patrocínios e apoios culturais – para disponibilizar no mercado produtos gerados a partir do conteúdo da programação da

TV Cultura do Pará, na proposta representada pelo *Cultura Brands*. A meta, ao lançar este projeto, foi exatamente estabelecer um diálogo constante com a população regional, nacional e, posteriormente, internacional por meio dos conteúdos gerados nas emissoras da FUNTELPA: TV, Rádio, Portal e Revista, que integram o sistema de comunicação da Fundação. Os veículos de comunicação da FUNTELPA têm como missão clara a produção de conteúdos com objetivo de promover, informar, educar, levar cultura e entretenimento com as marcas culturais da Amazônia paraense.

Orientado por essas diretrizes, o projeto *Cultura Brands* atua como agente de negócio para comercialização e divulgação dos conteúdos gerados



Para o projeto *Cultura Brands* foram criados e confeccionados vários produtos de diferentes segmentos relacionados aos programas da TV Cultura



Rótulos de alguns produtos da linha de cosméticos desenvolvida para o projeto *Cultura Brands*

nas emissoras Cultura, promovendo o licenciamento de marcas. Da mesma forma é a mediação necessária para estabelecimento de parcerias, por meio de patrocínios, convênios, apoios etc. Esse modelo de negócio tem sido adotado internacionalmente por conglomerados de mídias. Basta verificar o sucesso que fazem os *spin-offs*, produtos gerados a partir de conteúdos televisivos: cds com trilhas sonoras, cosméticos, roupas, jóias etc.

Para dar o *start* à esse projeto, a Fundação criou um espaço, dentro de sua estrutura física atual, para a divulgação dos primeiros produtos confeccionados a partir dos conteúdos das emissoras. O espaço, carinhosamente denominado “Lojinha”, foi o primeiro ponto de vendas dos produtos derivados dos conteúdos da TV Cultura. Na loja foi exercitado esse novo modelo de negócio no qual os conteúdos das emissoras são divulgados através de produtos de consumo. Em estreita sintonia com essas novas tendências e com o propósito de atender à crescente demanda nessa área, a FUNTELPA apresenta suas marcas e produtos.

## Catalendas Licenciamentos

Criado em junho de 2007, o “Catalendas Licenciamentos” é um projeto que tem por objetivo a difusão de conteúdo do programa homônimo, bem como de seus personagens – Dona Preguiça e Preguinho – em todo território nacional. O projeto visa ampliar o espectro de alcance das marcas FUNTEL-

PA e da TV Cultura do Pará e dos conteúdos educativos do programa.

Catalendas é um programa reconhecido nacionalmente pela Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais – ABEPEC – e exibido pelo canal Ra-Ti-Bum em todas as emissoras que integram a Associação. Os produtores utilizam recursos naturais da Amazônia para criar uma estética original, o que faz de cada episódio uma curiosa surpresa. O tempo de duração é de 15 minutos. Apresentado por dois personagens típicos da floresta: Dona Preguiça, a contadora de estórias, e o Preguinho, um macaquinho, o Catalendas educa, diverte e prova que a cultura brasileira está repleta de aventuras e personagens capazes de fascinar crianças e adultos.

O projeto Catalendas Licenciamentos prevê, ainda, a parceria com as Secretarias de Estado da Educação, Secretaria de Estado da Cultura para produção de outros produtos, como: Cartilhas, Cane-tas, Lápis, Colas, Agenda do Estudante, todos com a marca Catalendas.

## Banco de Informações



Todo veículo de comunicação é quase como uma grande biblioteca, pois registra os principais acontecimentos da vida da população onde atua e, conseqüentemente, da história de seu país. A Fundação Paraense de Radiodifusão, nos 33 anos de existência, vem acumulando um verdadeiro manancial



Produtos em exposição na LOJINHA referentes ao projeto *Catalendas Licenciamentos*





de informações e criou, em 2007, uma ferramenta que passa a disponibilizar esses dados aos profissionais que integram a Rede Cultura. Trata-se do Banco de Informações, um sistema informatizado interno acessível a todos os funcionários dos veículos – Rádio, TV e Portal – da Rede Cultura de Comunicação.

O Banco de Informações nasceu do desejo de democratizar a informação e celebrar toda a riqueza e diversidade cultural do Estado, colocando-as à disposição da equipe de produtores de programas da Rede Pública. Nesse banco de dados são encontrados temas de grande importância para o povo paraense, voltados para assuntos relacionados principalmente à Amazônia e ao Pará, mas sem deixar de contextualizá-los, a partir do cenário mundial.

O sistema informacional tem uma estrutura personalizada e desenvolvida internamente pela Gerência de Tecnologia da Informação e Comunicação da FUNTELPA, disponibilizando conteúdo de qualidade, proposto pela Assessoria da Presidência da Rede Cultura de Comunicação.

O objetivo principal desse canal de comunicação é auxiliar na confecção de pautas para os programas, com informações que ampliam a visão dos produtores, dando a eles oportunidade de maior domínio de informações, para que as questões abordadas na programação da Rede Cultura de Comunicação possam esclarecer a população, com informações de qualidade sobre os mais diversos acontecimentos no Estado e no Brasil. Apresentando ainda aspectos e visões diferenciadas das tradi-

cionais pautas jornalísticas exibidas em outras empresas de telecomunicações.

No Banco de Informações da Rede Cultura de Comunicação, são encontradas dezenas de artigos, imagens e arquivos dos mais variados assuntos sobre a Amazônia e sobre o Pará.

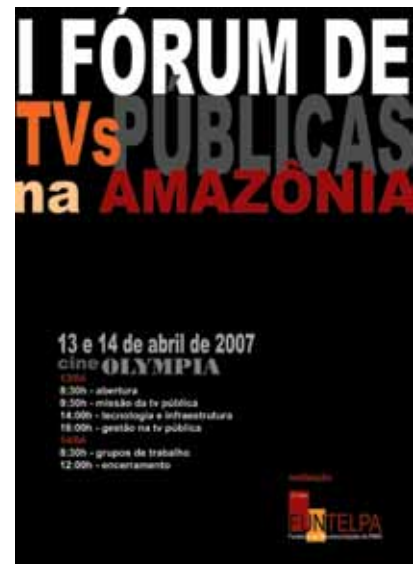
## Belém, palco de discussões essenciais à TV Pública

Entendendo a TV pública como um espaço para construção da cidadania, como afirma Martín-Barbero, a FUNTELPA se destacou na organização de importantes fóruns de discussão durante o processo para implantação da nova programação da TV Brasil – a rede nacional de TV Pública. Por iniciativa da FUNTELPA, o Estado do Pará passou a ser um dos polos para os debates de questões vitais aos rumos da TV Pública no Brasil. Nos dois grandes eventos promovidos pela instituição - *I Fórum Nacional de TVs Públicas* e *Encontro Nacional da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais* - os gestores de TVs públicas de diversos Estados e da Empresa Brasil de Comunicação, do Governo Federal, se reuniram em Belém.

A necessidade de uma maior inserção da Amazônia na programação das TVs públicas e programas de capacitação de profissionais da região Norte foram alguns dos pontos destacados durante o *I Fórum Nacional de TVs Públicas*, realizado em abril de 2007. No ano seguinte, em 2008, a



*Preguinho*, o macaquinho do infantil *Catalendas* da TV Cultura em exposição na LOJINHA do projeto *Catalendas Licenciamentos*



# PREGUINHO e Dona Preguiça



Foi criado um gibi com estorinhas do Catalendas dentro do projeto *Catalendas Licenciamentos*





FUNTELPA trouxe para Belém o *Encontro Nacional da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais*, que reuniu dirigentes de 20 emissoras públicas do Brasil. Durante a 27ª edição do Encontro, vários temas foram discutidos nos três dias do evento. Entretanto a questão dos novos conteúdos a serem produzidos na TV pública brasileira, diante da realidade da digitalização das transmissões, foi o de maior destaque.

## Preservação da história do Pará e da FUNTELPA

Objetivando o resgate histórico da memória da comunicação e da história do Estado, registrado pelas lentes da emissora pública, iniciou-se uma série de parcerias e projetos tendo em vista a digitalização do acervo de 20 anos de produção do telejornalismo da TV Cultura.

A estruturação de um banco de informação e a digitalização do acervo da produção pretendem preservar a história, recuperando documentos fundamentais para a compreensão do desenvolvimento da comunicação na região amazônica. Para a realização da digitalização do acervo, a FUNTELPA elaborou e aprovou, em 2007, o projeto na lei de incentivo à cultura – Lei Rouanet. Esse desafio conquistou adesão de importantes empresas, como a Vale e o Banco da Amazônia – os primeiros a disponibilizar os recursos para a digitalização de 20 anos de história.

A Vale apoiou o projeto com R\$ 136.000,00 (Cento e trinta e três mil reais), valor usado na compra de equipamentos para montagem da ilha de digitalização de imagens. O Banco da Amazônia entrou com a quota de R\$ 86.000,00 (Oitenta e seis mil reais). Em dezembro de 2008 a FUNTELPA já havia recebido repasses no valor de R\$ 201.577,00 (Duzentos e um mil e quinhentos e setenta e sete reais) dos apoiadores.

A digitalização das mais de oito mil fitas (U-Matic, VHS, DVCAM e MiniDV) existentes no arquivo, favorece a criação de um centro de referência do audiovisual paraense e um banco de dados para pesquisas, agilizando o trabalho das equipes de jornalismo, produção e outros setores da FUNTELPA que fazem uso do material do arquivo. Com a digitalização e a criação do banco de dados, a Fundação constituiu-se um centro de referência para o Brasil, preservando a memória do Estado do Pará, bem como da Amazônia.

## Portal Cultura

Em agosto de 2005, nasceu o terceiro veículo da Rede Cultura de Comunicação, o Portal Cultura ([www.portalcultura.com.br](http://www.portalcultura.com.br)). O ingresso para a rede mundial de computadores teve como foco principal a interatividade por meio de recursos multimídia. O portal disponibiliza para o usuário da Internet produtos exclusivos, além dos programas da Rádio e TV Cultura.



Portal Cultura em 2007



Naquela primeira formatação, o Portal se dividia em quatro canais: TV, Rádio, Clube Cultura e Cidade. Em março de 2007, o espaço foi reformulado para permitir mais visibilidade ao conteúdo e acesso às páginas de interesse do usuário, além de passar a contar com um *site* exclusivo de Notícias.

O novo Portal Cultura iniciou suas operações durante o evento comemorativo em alusão aos 30 anos da FUNTELPA, ocorrido na Estação das Docas, em Belém. Na ocasião, março de 2007, foram disponibilizados ao público seis totens para apresentação do novo projeto, durante seis dias. A “degradação digital” agradou ao público e aumentou em mais de 1.000 as visitas ao Portal, em relação ao mês anterior.

A renovada estrutura do Portal Cultura permitiu mais visibilidade aos conteúdos do *site* e facilitou a navegação dos usuários. Além da página exclusiva de Notícias, dividida em 12 editorias – Pará, Brasil, Mundo, Esporte, Cultura, Política, Saúde, Meio Ambiente, Educação, Ciência e Tecnologia e de Artigos –, foram criados os *blogs* multimídia, espaços para os produtores e apresentadores da Rádio e TV postarem informações sobre seus programas.

A equipe do Portal Cultura também realizou coberturas jornalísticas e algumas transmissões exclusivas, dentre as quais se destacam o II Fórum Nacional de TVs Públicas, direto de Brasília, e a plenária final do Planejamento Territorial Participativo – PTP –, no Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia, e a Oficina Nacional de Inclusão Digital, transmitida ao vivo, em parceria com

a Empresa de Processamento de Dados do Estado – PRODEPA. O Portal apresenta, ainda, novas seções com conteúdos exclusivos, chamados de Canais Cultura: “Janela Cultural”, “Cinema e Vídeo”, “Música”, “Agenda” e “Vídeos Cultura”.

A seção de Entrevistas tornou o Portal Cultura pioneiro na produção de vídeos exclusivos para a internet, em comparação aos demais portais de notícias da região. Nas transmissões ao vivo, peças teatrais, jogos de futebol, palestras, programas da Rádio Cultura, fóruns e *shows* de música foram destaques no portal.

Ainda em 2007, o Portal lançou mão do projeto “Promoção Cultura”, um canal interativo em que os internautas participam de enquetes, enviam perguntas e podem concorrer a brindes como discos, livros, ingressos para *shows*, dentre outros. Com vistas à tendência do *e-commerce*, a equipe de programação do Portal Cultura criou um espaço para a comercialização *online* dos produtos Cultura Brands e Cultura Licenciamentos, como DVDs contendo episódios de vários programas da TV Cultura, além de todo o arsenal de produtos vendidos na “Lojinha”, localizada na sede atual da FUNTELPA.

Com melhor aproveitamento de sua plataforma multimídia e melhor navegabilidade, o Portal Cultura mais que triplicou o número de acessos diários e é hoje um canal de informação interativo que potencializa o alcance da programação, constituindo-se um importante meio de manifestação do público da Rede Cultura.



Portal Cultura 2010

[www.portalcultura.com.br](http://www.portalcultura.com.br)





**TV CULTURA.  
PEGA BEM EM  
QUALQUER LUGAR  
DE BELÉM.**

Novo transmissor.  
Maior cobertura.



Rede  
**Cultura**  
de Comunicação



**Pará**  
GOVERNO POPULAR



O investimento em ampliação da banda de transmissão, em novos equipamentos e *softwares*, na qualificação do conteúdo e em novo *design* fez com que o número de acessos ao Portal Cultura, que ficava abaixo de 710 mil visitas no início de 2007, aumentasse a cada ano tornando-o uma das grandes referências de acesso.

### **Revista ZYG360.com: a comunicação na contemporaneidade**

O mais novo veículo da Rede Cultura de Comunicação ainda dá os seus primeiros passos. A Revista *ZYG360.com* nasceu em fevereiro de 2008, como um impresso voltado para o debate de assuntos direcionados para a realidade da comunicação no Brasil. Ao abordar assuntos como TV Pública, sistema digital, avanços tecnológicos na área da Comunicação, lançamentos de produtos tecnológicos, entre outros, a Revista apresenta-se de forma pioneira no Pará.

O nome dado à Revista está ligado à própria história da FUNTELPA. *ZYG360* foi o prefixo da primeira emissora de rádio da Rede, com transmissão por Onda Tropical (OT). O “Ponto com” é uma referência ao veículo virtual, o Portal Cultura, que junto com a Rádio Cultura FM, a TV Cultura do Pará, e agora com a *ZYG360.com*, compõem os veículos da Fundação. As últimas edições da revista estão disponíveis no portal.

A revista trouxe à tona a discussão, com opiniões de especialistas na área da comunicação, além

de reportagens especiais sobre cultura, educação, meio ambiente e outros temas específicos. Entre as matérias já publicadas, destacaram-se: TV digital, os 200 anos da Imprensa no Brasil, Jornalismo Comunitário e Mulheres da Amazônia, sobre a vida e os desafios das mulheres na região. (não cabe ponto e vírgula)

Em seu primeiro ano ela teve circulação local e nacional, a cada três meses era distribuída gratuitamente para as Secretarias de Governo, instituições parceiras, agências de publicidade, universidades, bibliotecas públicas, empresas de comunicação, anunciantes, empresas de telecomunicações de outros estados, etc. Desde a terceira edição, a tiragem, que era de 1.000, foi aumentada para 3.000 exemplares.

A *ZYG360.com* também cresceu de 42 para 52 páginas, no formato fechado de 20x27cm, sendo quatro dedicadas aos anúncios publicitários de caráter institucional. Além de ser o veículo oficial de informação sobre a programação e notícias da Rede Cultura de Comunicação, a Revista surgiu com o objetivo não apenas de divulgar as ações desenvolvidas pela FUNTELPA, mas de discutir a importância e as múltiplas facetas da comunicação e refletir sobre os valores socioculturais de todo o Estado do Pará e de uma parte significativa da Amazônia. Atualmente, a publicação deixa seu formato impresso para ser disponibilizada virtualmente. Nessa transposição do impresso para virtual a Revista recebeu tratamento adequado ao novo meio, explorando, assim, as potencialidades da *web*.



Revistas ZYG, edições 1, 2 e 3



## A Rádio Cultura volta às Ondas Tropicais (OT)

Em 1977, quando a Fundação Paraense de Radiodifusão foi fundada, cabia à Rádio Cultura o papel de levar informação à população do interior do Pará. Concebida inicialmente em Ondas Tropicais (OT) – modulação em amplitude AM cuja portadora está compreendida na faixa de frequência de 3.200 a 5.060 KHz – que permite maior penetração nas localidades mais distantes. A Rádio Cultura OT foi responsável pela chegada ao interior de uma programação genuinamente paraense. Uma das grandes preocupações do Governo do Estado, quando do lançamento da Rádio Cultura OT, era a integração dos diferentes municípios do Pará, um Estado de grandes dimensões territoriais e dificuldade de comunicação e acesso.

Seus transmissores eram à época da fundação os mais potentes e modernos do Estado do Pará, com uma extraordinária qualidade de som. A Rádio Cultura chegava onde nenhum outro veículo de comunicação estava. Esse alcance é possível porque diferentemente da Rádio FM, na OT a onda é jogada para a troposfera e devolvida para a Terra, em efeito “guarda chuva”. Ela rebate na superfície terrestre e alcança longas distâncias, independente dos obstáculos. Já a FM, tem propagação em onda, o que não transpõe grandes obstáculos. Até prédios, cuja altura ultrapasse o ponto de emissão da onda, impedem sua propagação, por isso são rádios de alcance limitado.



Reinauguração da Rádio OT com a presença da Governadora do Estado do Pará *Ana Júlia Carepa* e *Regina Lima*, presidente da Funtelpa

O raio de alcance da OT era tão grande, que o prefixo da Rádio chegou a ser gravado em cinco idiomas diferentes. A Rádio recebia cartas em Castelhano, Inglês e até Japonês. Mas a boa aceitação não foi suficiente para mantê-la no ar. A queda de um raio, em 1994, interrompeu temporariamente o funcionamento da Rádio Cultura OT. A válvula central do transmissor queimou e seria necessário mandar buscar uma outra no exterior. A peça nunca foi reposta e teve início o desmonte da estrutura da Rádio.

O transmissor, que jamais foi consertado, além do sucateamento do restante dos equipamentos e motivações políticas, decretaram o prematuro desaparecimento da Rádio OT, definitivamente, em 1998. À época, o Governo do Estado afirmou que precisava do terreno onde estava instalado o transmissor e prometeu levar os equipamentos para um outro local, o que não aconteceu. Os equipamentos tiveram fim desconhecido.

Em 2007, porém, a nova gestão da FUNTELPA decidiu adotar como projeto estratégico a retomada do sinal da Rádio Cultura OT, com uma programação especialmente voltada para informação, cultura e prestação de serviços. A Rádio de Ondas Tropicais da Rede Cultura de Comunicação representa um importante instrumento para a integração das localidades mais distantes e transformou-se, então, em compromisso de governo.

Como não havia informações sobre o funcionamento e o paradeiro da estrutura da antiga Rádio OT, da FUNTELPA, o primeiro passo para seu retorno foi o trabalho de pesquisa documental, entrevistas com profissionais que chegaram a trabalhar



Cerimônia de reinauguração da Rádio ONDAS TROPICAIS

na Rádio OT e a confecção de um projeto de captação de recursos para a compra de equipamentos e para a construção de uma instalação para a antena, dentro da área de Proteção Ambiental do Estado.

O projeto, orçado em pouco mais de R\$ 1.000.000,00 ( Um milhão de reais), foi financiado por um convênio firmado entre a FUNTELPA e a Empresa Brasil de Comunicação – EBC. A Rádio entrou no ar no dia 6 de outubro de 2009. A Rádio OT é a única do Estado a ter um transmissor construído com semicondutores, ou seja, sem a válvula central, encontrada em versões mais antigas utilizadas por outras emissoras. Esse transmissor fornece maior confiabilidade, durabilidade e qualidade de som. Recolocar a Rádio no ar com esses recursos tecnológicos foi uma ação de grande relevância para o Pará.

A Rádio OT também terá a possibilidade de veicular material produzido em outros estados da Amazônia, como Acre, Amazonas, Roraima, Macapá e Rondônia. O projeto da retomada da Rádio Cultura Ondas Tropicais é uma realidade por todo Estado do Pará.

### **TV Cultura: inovação em conteúdo e programação**

Segundo Martín-Barbero (2002), um dos traços da televisão pública é a recriação, a partir da linguagem audiovisual, dos relatos com os quais se transmite a cultura comum. Considerando a recriação audiovisual como característica de uma televi-

são pública, é necessário ter sempre como diretriz básica a grade de programação. Esse é um dos trunfos e, ao mesmo tempo, o grande desafio das TVs Públicas brasileiras e nesta gestão foi encarado de forma criativa e empreendedora.

E foi a partir dessa premissa, que a direção da FUNTELPA investiu em novas produções, voltadas, fundamentalmente, para a cultura e educação. Entraram no ar, programas como Sementes, Varadouro, Brasil da Amazônia, Regatão Cultural, Café Cultura, Invasão, Set 7 Independente, VídeoVerso, e o Cena Musical, este com transmissão simultânea pela Rádio e também pelo Portal Cultura. Em 2009, entraram no ar o Arquivo Cultura, Cinerama e Controvérsia, assim como alguns programas foram repaginados ou ganharam mais destaque, como o Cultura Pai D'Égua, Esporte Cultura, o Jornal Cultura passou a ter duas edições diárias e os novos Interprogramas.

Eu gosto de assistir principalmente aos programas de música, que mostram as bandas musicais e carimbó. Eu adoro carimbó. E meus programas favoritos são o Cultura Paidégua, Varadouro e Brasil da Amazônia. Gosto também do Café Cultura (Vânia Lobo, 42 anos, moradora do Bengui).

Dessa forma, a essência da nova programação da TV Cultura tem sido produzir conteúdos



mais identificados com a realidade amazônica, não deixando de lado a prestação de serviços à comunidade, bem como o debate de ideias e temas de interesse da população. O cotidiano e o cidadão paraense tornaram-se tônica em toda nova programação.

Quando está passando carimbó eu fico dançando aqui na sala, mando o Ian arrear os sofás e começo a dançar. Mas eu também adoro os programas que mostram o interior do estado. Outro dia estava passando o Marajó. Eu chamo logo meus vizinhos que são de Cachoeira do Arari para assistir. É uma coisa linda, né? Eu fico babando quando vejo aquelas imagens maravilhosas. Dá uma vontade imensa de estar lá naquele paraíso. Mas pelo menos pela televisão a gente assiste, né? (Rosa Tembra, 43 anos, moradora da Marambaia).

Outro exemplo deste direcionamento foi a decisão estratégica adotada pela direção da FUNTELPA de investir em projetos orientados especificamente para os intervalos da programação. A Interprogramação, educativa e lúdica, logo alcançou grande aceitação dos telespectadores. Um dos exemplos destacados de aceitação desses produtos é a receptividade do “Belém Tem Disso”, interprogramação que seduz telespectadores de Belém e de outras praças.



A interprogramação coloca no ar programetes de 30 a 60 segundos, com mensagens educativas, culturais, literárias e de cidadania. Os formatos diferenciados e as ideias criativas oferecem serviços de utilidade pública, o que fez da interprogramação uma ação eficaz para uma emissora pública de comunicação, que não utiliza seus intervalos para fins comerciais. A partir de tais medidas, a TV Cultura consolidou-se como a quarta maior produtora de conteúdo entre as TVs Públicas do País. Além de manter no ar os programas Sem Censura Pará e o Catalendas, a direção da emissora também investiu em novos produtos que percorreram diversos municípios paraenses, buscando e registrando, por meio das lentes audiovisuais, a cultura e a realidade vivida pelas populações dos municípios.

Outros programas produzidos e exibidos pela TV Cultura foram: Básico, Bem Pará, Bem Feito, Arquitetando, Curta Cultura, Cultura da Hora, Minha Escola, Escola Viva e Revista Pará. A emissora também exibiu documentários ou programas especiais com temática de interesse público, entre os quais se destacam: Belém de Todos os Povos, Maria das Dores, Festa do Sairé, Wayana Apala, SOS Tapajós, Encomendação das Almas, Meninos de Rua, Pakobie Gaviões, Cine Olímpia, Parceiros do Mar, Guajá, Guajá II, Donos de Rua, Haroldo Maranhão, Caminhos da Arte, Pavulagem do Teu Coração, Jogos Tradicionais Indígenas, Arquitetura Amazônica, Trombetas, A Barca, Tambores da Floresta, Olho D'água, Árvores dos Pedidos, Lugares de Afeto, Curiuá Catu, Círio de Nazaré e o especial Estrada de Ferro Belém-Bragança.





### ***Coberturas integradas e especiais marcam o jornalismo da Cultura***

Resultado do olhar diferenciado, pluralista e participativo, as transmissões ao vivo e programações especiais marcaram o telejornalismo da TV e Rádio Cultura Pará nos últimos anos.

Vários eventos que fazem parte do calendário cultural do Estado do Pará, como o **aniversário de Belém, Círio de Nazaré, Feira Pan-Amazônica do Livro** entre outros, tiveram a cobertura especial dos meios de comunicação que compõem a Rede Cultura de Comunicação.

A já tradicional cobertura do aniversário de Belém, no dia 12 de janeiro apresenta uma programação especial para comemorar o aniversário da capital paraense. Acompanhando as homenagens feitas nos diversos pontos da cidade, alguns programas, como o “Jornal Cultura”, foram transmitidos ao vivo de pontos históricos de Belém. Em 2007, o Espaço São José Liberto foi o cenário.

Já no ano de 2008, os veículos da Rede Cultura – TV, Rádio e Portal Cultura – transmitiram, ao vivo, o *show* do compositor e cantor carioca Francis Hime, que se apresentou, gratuitamente, no Theatro da Paz. Naquele ano, a Rádio Cultura FM também saiu dos estúdios da FUNTELPA para transmitir, ao vivo, o “Jornal da Manhã”, direto da Praça Batista Campos.

Também em 2008, após a transmissão do *show* de Francis Hime, a TV Cultura do Pará exibiu o filme “Belém aos 80”, do cineasta paraense Alan Guimarães. O filme apresenta um recorte dos mo-

vimentos culturais em Belém, a partir da década de 80, com depoimentos de várias personalidades do mundo da música, da literatura, do teatro, das artes plásticas, da fotografia e do jornalismo. O filme reforça a importância dos arquivos da FUNTELPA, pois grande parte dos *clipes* exibidos no filme integra o acervo da TV Cultura do Pará. Nesse mesmo ano, o Portal Cultura lançou uma enquete, que acabou se estendendo para a Rádio Cultura, para eleger a música que era a cara de Belém. Venceu a música “Flor do Grão Pará”, de Chico Sena, com 85% dos votos dos internautas.

A Feira Pan-Amazônica do Livro – a quarta maior feira de livros do país – também mobilizou como em todos os anos, um verdadeiro exército de profissionais da Rede Cultura. Nos últimos três anos de realização do evento, os estandes montados no Hangar – Centro de Convenções e Feiras da Amazônia – receberam as transmissões, diretamente da Feira de programas da Rádio e da TV Cultura.

O Portal Cultura também se mudou para a feira e recebeu público recorde a cada edição. Na programação especial, além das matérias produzidas diretamente do Hangar, vídeos também foram postados no Portal. Mas o ponto alto da programação foi a transmissão ao vivo de todos os “Encontros Literários” com grandes escritores nacionais convidados para o evento. Affonso Romano, Nélida Piñon, Rubem Alves, Ariano Suassuna, Arnaldo Antunes, Vítor Ramil, Gabriel – O Pensador, dentre outros, foram algumas das personalidades que passaram pela feira e também pelos registros da Rede Cultura. Algumas entrevistas fizeram tanto sucesso



Stand da Funtelpa na Feira do Livro de 2007



Cobertura da Feira do Livro de 2008



que entraram para o rol fixo de entrevistas do Portal, como as de Vítor Ramil e Ariano Suassuna.

Em 2007, o trabalho realizado para a produção de uma cobertura integrada fez com que a programação fosse além dos *flashes* ao vivo para o Jornal Cultura, Sem Censura Pará e Cultura Pai D'égua. O esforço da equipe fez com que o programa Cena Musical fosse transmitido diretamente do Hangar. Já os programas Sem Censura Pará e Cultura Pai D'égua foram temáticos, voltados para a questão da Literatura no Brasil e na Amazônia, ressaltando a importância da Feira Pan-Amazônica do livro para a conscientização do papel da leitura e também na formação de um público cada vez mais letrado.

Para que o público presente no Hangar Centro de Convenções pudesse acessar o *Blog* da Feira, o Portal Cultura disponibilizou seis computadores no *stand* “Cultura na Feira”. Nos computadores, os visitantes puderam acessar o *Blog* da Feira, postar comentários e saber das notícias e curiosidades do evento.

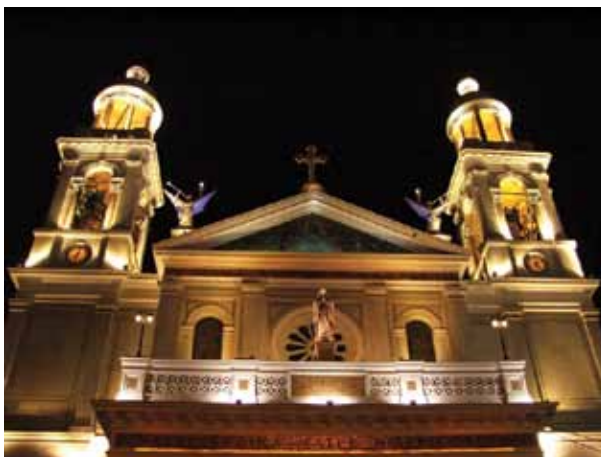
A Rádio Cultura FM, por sua vez, transmitiu ao vivo o programa Fonograma e entrevistou as personalidades literárias convidadas para o evento, além dos organizadores e também o público presente durante toda a programação da Feira.

Em 2008, mais uma vez, Rádio, TV e Portal transmitiram parte da programação ao vivo direto do Hangar – Centro de Convenções & Feiras da Amazônia. A cobertura contou com uma equipe de cerca de 200 profissionais, que utilizaram os melhores equipamentos para dar conta das mais de 13

horas de transmissão ao vivo, além das reportagens especiais, durante os 10 dias do evento. Trabalho árduo, que exigiu dedicação de todos os setores envolvidos na cobertura que a emissora veiculou.

Naquele ano, os programas Jornal Cultura, Sem Censura Pará, Café Cultura e, pela primeira vez, o Timbres, habitualmente transmitidos ao vivo apenas pela Rádio Cultura, foram transmitidos diretamente da feira. O consagrado Sem Censura Pará durante os dois dias transmitiu o programa diretamente da Feira do Livro, mostrando toda a produção e os bastidores do programa. Convidados ilustres também marcaram a transmissão da Feira do Livro daquele ano. A participação da banda de *reggae* maranhense “Tribo de Jah” no programa “Cultura Reggae” foi um dos acontecimentos que empolgaram o público da feira.

Ao final da cobertura da Feira do Livro de 2008, a TV Cultura produziu a “Revista da Feira”, uma colagem de entrevistas, enquetes, participação de personagens que marcaram o evento. No estande, além de conferir os programas, o público viu de perto os produtos da “Lojinha”, ponto de venda dos produtos derivados da programação da TV Cultura, que reúne não só DVDs com os programas especiais exibidos pela FUNTELPA como outros *souvenirs* inspirados na série Catalendas, um dos maiores sucessos da programação da TV Cultura. Os 10 primeiros volumes do DVD do Catalendas, cada um com cinco episódios das histórias contadas por Dona Preguiça ao Macaco Preguinho, também foram comercializados durante a Feira.



Cobertura do Círio de Nazaré em 2009



Cobertura do jogo Remo X Paysandú em 2010



Stand da TV Cultura na Feira do Livro de 2008





A cobertura especial do grande evento cultural que em que se constituiu a Feira Pan-Amazônica do Livro tem mostrado que a Rede Cultura de Comunicação acerta ao deslocar toda a equipe de profissionais (departamento técnico, *marketing*, produção de TV e Rádio, apresentadores, cenógrafos, jornalistas, motoristas etc.) para cobertura de evento tão importante para o Estado e para a cultura paraense. Iniciada em 2007 esta tem sido uma das grandes coberturas realizada pela equipe Funtelpa durante esses quatro anos.

A cobertura e transmissão da grande procissão que acontece sempre no segundo domingo de outubro – o Círio de Nossa Senhora de Nazaré – também marcou o telejornalismo da Rede Cultura de Comunicação no Pará. Com a parceria firmada, em 2007, entre as TVs Nazaré e Cultura para a transmissão da maior festividade religiosa do país, ambas somaram esforços e equipamentos para levar aos paraenses e aos telespectadores de outros estados os símbolos, a cultura e a fê das 11 romarias que compõem a festividade nazarena.

Com o êxito da experiência, a parceria se repetiu em 2008, 2009 e 2010, quando mais de 250 funcionários da TV, Rádio, Portal Cultura e Marketing/Comunicação trabalharam para realização do evento. Na TV e Portal Cultura, a transmissão ao vivo de todos os eventos do Círio de Nazaré (matérias ao vivo, especiais, participação de convidados no estúdio, comentaristas), durou sete horas e vinte minutos.

Discussões consideradas fundamentais para o desenvolvimento do Estado também fizeram parte

da lista de coberturas especiais. Temas como desenvolvimento sustentável, preservação dos recursos hídricos, economia e turismo, ganharam atenção especial durante a cobertura da IV Feira Internacional de Turismo da Amazônia – FITA – realizada no período de 4 a 7 de dezembro de 2008, no Hangar – Centro de Convenções e Feiras da Amazônia.

No Hangar, a Rede Cultura de Comunicação montou um estande que simulava estúdios de Rádio e TV para transmissão de programas produzidos especialmente para o evento. *Flashes* ao vivo para os noticiários da TV e Rádio, além da transmissão do programa “Cena Musical” (ao vivo para a Rádio, TV e Portal Cultura), que foi introduzido na programação oficial da feira.

### ***Transmissão dos jogos do campeonato paraense: estratégia de fidelização***

A iniciativa pioneira de transmitir os jogos do Campeonato Paraense de Futebol e da Série C do Campeonato Brasileiro, que conta com a participação de times paraenses, agregou valor à programação da TV Cultura nos últimos anos e se iniciou em 2007, mas foi no ano de 2008 que o projeto se consolidou.

A estratégia de transmitir um dos mais consolidados produtos da cultura brasileira – o futebol – foi uma das ousadas decisões da diretoria da FUNTELPA. Apesar de ser um dos elementos da cultura brasileira, o futebol é considerado por muitos como produto menor, principalmente se destinado a ocupar espaço na programação de uma TV Pública. No



Cobertura da Feira do Livro de 2008



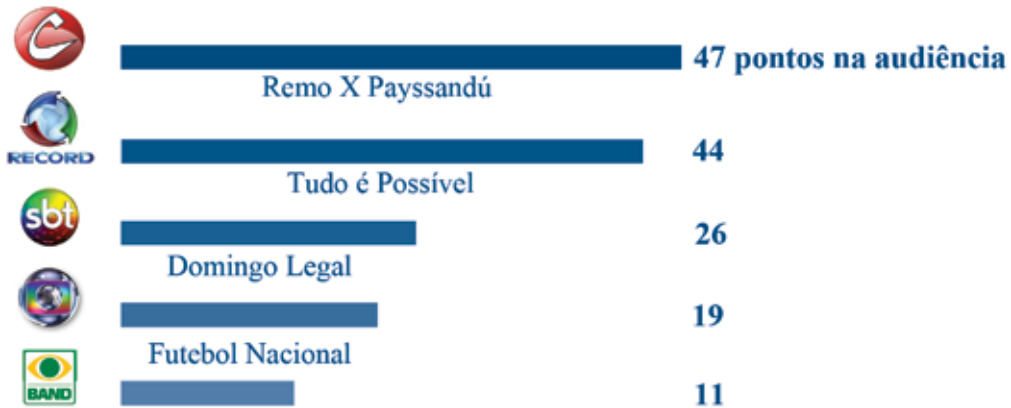
Cobertura da Feira do Livro de 2008



entanto, as expressões culturais do Brasil são muitas e com certeza o futebol é uma delas. Assim, a Cultura apostou nesse elemento cultural a partir da exibição dos jogos locais. Aliando o apelo cultural do futebol e o ingrediente regional, a estratégia tornou-se uma forma de fidelização do telespectador, principalmente masculino. De acordo com pesquisa realizada, no dia 22 de março de 2009, pelo Instituto Acertar, a TV Cultura obteve 47 pontos de audiência, composto, de acordo com a pesquisa, principalmente por homens que assistiram ao jogo Remo X Paysandu, times locais.

Quando tem um jogo desses na Cultura é muito engraçado... aqui na rua some todo mundo. A gente só ouve os gritos e os fogos de artifício, pois todo mundo está em suas casas assistindo (Diego, morador do Benguí).

Na mesma pesquisa, a TV Record apareceu em segundo lugar com audiência de 44 pontos. Essa audiência é mais concentrada entre as mulheres que declararam ter assistido aos programas Tudo é Possível e Domingo Espetacular. A Rede Globo alcançou, no horário pesquisado, 19 pontos. Parcela significativa dos entrevistados respondeu que intercalavam entre o jogo Paysandu e Remo com o jogo do Botafogo e Duque de Caxias. O SBT obteve 26 pontos de audiência no horário pesquisado e a audiência é composta principalmente pelas mulheres que declararam estar assistindo aos programas Domingo Legal e Silvio Santos. A BAND obteve 11 pontos de audiência composta principalmente pelos homens que assistiram ao jogo Corinthians e Santos. Foram citadas outras emissoras e canais fechados que juntos obtiveram 3 pontos de audiência no horário investigado.





Cobertura do campeonato paraense de futebol 2010







Além do futebol, outras modalidades esportivas ganharam destaque na cobertura jornalística dos meios de comunicação que integram a FUNTELPA. No mês de maio, as emissoras garantem, também a cobertura integral do Grand Prix Caixa de Atletismo, um dos maiores eventos de atletismo do país e que já se tornou tradição em Belém.

Para gerar o conteúdo de quatro horas de transmissão ao vivo, durante as competições de atletismo, foram mobilizados mais de 20 profissionais do departamento técnico, de operações e de jornalismo da TV. Para o mesmo evento, a TV Cultura fechou uma parceria com a TV Nazaré, na qual a TV católica compartilhou equipamentos, fato que possibilitou às duas emissoras entrarem simultaneamente em todas as localidades receptoras dos sinais da TV Cultura do Pará e da Fundação Nazaré de Comunicação.

***Incentivo à produção audiovisual: diversificação e enriquecimento da grade***

Cada vez mais as TVs públicas buscam no incentivo à produção audiovisual os conteúdos que as levam para o caminho frutífero das experimentações, ao mesmo tempo em que possibilitam o fomento e desenvolvimento de produções audiovisuais independentes e, sobretudo locais.

Considerando todos esses fatores, a TV Cultura do Pará é a única emissora no Estado, realizando co-produções de documentários com produtores independentes. Além disso, a TV Cultura também participou de projetos nacionais em parceria com

instituições como o Ministério da Cultura e a Empresa Brasil de Comunicação – EBC.

Mais do que ser uma janela de exibição da produção independente, a TV Cultura lançou dois concursos, visando incentivar a formação e divulgação de novos talentos da terra (produtores, escritores, roteiristas e diretores), estimulando a produção de conteúdos que não sejam de caráter estritamente comerciais.

O DOCTV é um projeto pioneiro de fomento à parceria entre a TV pública e a produção independente, criado com objetivo de promover a regionalização da produção de documentários e de articular um circuito nacional de teledifusão. A coordenação do DOCTV no Pará é feita pela TV Cultura, com o apoio da Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-metragistas do Pará – ABDeC/PA. O Programa DOCTV é realizado pela Secretaria Audiovisual do Ministério da Cultura, Fundação Padre Anchieta/TV Cultura e Associação Brasileira das Emissoras Públicas – ABEPEC –, com o apoio da Associação Brasileira de Documentaristas – ABD.



A experiência de realização das terceira e quarta edições do DOCTV – Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro, realizado pela Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura em parceria com a TV Pública do Pará e Associação Brasi-



Regina Lima dando entrevista na TV e Rádio Cultura para falar sobre o Concurso Minissérie



Cena de *A História que veio do Céu*

leira de Documentaristas e Curtametragistas – Pará (ABDeC) –, em 2007 e 2008, fez do Pará um dos poucos Estados brasileiros a receber número de inscrições suficiente para garantir a produção de dois documentários.

Em 2007, foram selecionados os documentários Chupa-Chupa, a história que veio do céu com a direção de Roger Elarrat e Adriano Barroso, e Serra Pelada, a esperança não é sonho de Priscila Brasil, que foram exibidos nacionalmente nos dias 24 de junho e 4 de novembro de 2008, respectivamente.

Chupa-Chupa..., contou com uma exibição em telão na praça pública de Colares, cidade onde se originou a história do fenômeno Chupa, Chupa... Na ocasião, estiveram presentes os diretores do filme e o ufólogo, Ademar Gevaert, uma das maiores autoridades brasileiras sobre o assunto.

### Edições anteriores

O polo paraense do DOCTV realizou, nas três primeiras edições do Programa DOCTV, os documentários Eretz Amazônia, de Alan Rodrigues e da produtora Digital Produções e A Descoberta da Amazônia pelos Turcos Encantados, de Luiz Amaldo Dias Campos; além de O Homem do Balão Extravagante, ou as Atribulações de um Paraense que Quase Voou, de Horácio Higuchi.

### O fomento a outros gêneros audiovisuais

Com o propósito de impulsionar a produção do audiovisual, resgatar e valorizar as obras literá-

rias de autores paraenses, a FUNTELPA lançou no final de 2008 o Concurso de Minisséries da TV Cultura do Pará, que premiou dois melhores roteiros. No concurso, os concorrentes da seletiva tinham que produzir cinco capítulos inéditos, com treze minutos de duração cada e inspirados em obras de autores paraenses.

Miguel Miguel e Vida de Cão, uma adaptação de Walério Duarte, de quatro contos do autor também paraense Ildefonso Guimarães, são as primeiras minisséries selecionadas para a televisão paraense. A minissérie em seis capítulos, Miguel, Miguel, dirigida por Roger Elarrat, foi lançada no dia 17 de setembro de 2010 na Estação Gasômetro em Belém do Pará e veiculada pela TV Cultura TV Cultura no dia 25 de setembro, do mesmo ano.

Ficha técnica: **Miguel Miguel**

**Diretor Geral:** Roger Elarrat

**Produtora:** Digital Produções

**Produtor Executivo:** Fernando Penna de Carvalho

**Ass. Direção:** Célio Cavalcante

**Diretora de Produção:** Francly Oliveira

**Ass. de Produção de Campo:** Paulo Porto

**Ass. de Produção de Base:** Felipe Lima

**Diretor de Arte:** Boris Knes

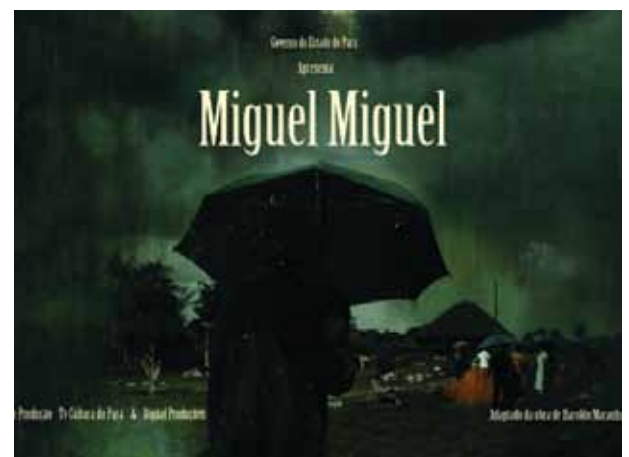
**Produtora de Objetos:** Nairy Sidrim

**Diretor de Fotografia:** Carlos Ebert

**Ass. Fotografia:** Henrique Penna

**Diretor de Elenco:** Adriano Barroso

**Realização:** Fundação Paraense de Radiodifusão – FUNTELPA



Cartaz de Miguel Miguel

Para a edição inaugural do concurso, os investimentos foram integralmente despendidos pela FUNTELPA. A ideia para os concursos seguintes é buscar parcerias com outras empresas interessadas em investir em cultura e informação.

É uma experiência nova para as TVs públicas brasileiras. Esperamos que este Projeto Piloto traga bons resultados, que serão criteriosamente avaliados. Dependendo da receptividade desta primeira aposta, lançaremos não mais um edital por ano, mas dois ou três, garantindo assim maior frequência de minisséries no ar (Regina Lima, Presidente da Funtelpe e Abepec).



Outra ação de incentivo ao audiovisual foi o 1º Festival Curta Cultura. Uma realização da Rede Cultura de Comunicação em parceria com a Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-metragistas do Pará, o festival pretende divulgar obras de audiovisual nas categorias ficção, animação, documentário e vídeo minuto, de caráter educativo. As inscrições ocorreram em outubro de 2010 e os ganhadores serão conhecidos em novembro de 2010.



Funtelpe participa da *Vila Encantada* em dezembro de 2007

Os vídeos inscritos nas categorias ficção, animação e documentário devem ter o mínimo de quatro minutos e o máximo de 20 minutos, além de terem sido produzidos a partir do ano de 2000. Na categoria vídeo minuto, ou seja, programetes informativos rápidos, criativos e dinâmicos, os materiais escolhidos foram recebidos em vídeos de qualquer formato e resolução, mas com o mínimo de 30 segundos e máximo de um minuto de duração.

A reformulação na grade da TV Cultura Pará também definiu faixas de horário para cada linha de programa produzido. Dessa forma, os programas foram reorganizados e ganharam horários fixos, periodicidade e padrão de exibição. Com o foco mais direcionado, os programas passaram a ter mais tempo de duração, facilitando a fidelização dos telespectadores. A preocupação com a verticalização e horizontalização da programação, presente desde 1970 nas grades de programação televisiva no Brasil, passa a ser também preocupação da diretoria da FUNTELPA. Para que o leitor tenha mais informações sobre o que se produziu nesses anos de gestão basta conferir algumas atrações exibidas pela emissora.

Uma ação interna na Fundação foi o lançamento do “Prêmio Funtelpe 2010” que pretende evidenciar as competências da casa nas áreas televisiva e radiofônica. As equipes de profissionais das emissoras concorreram com as melhores reportagens de rádio e TV. Ao primeiro lugar da



Cartaz do Prêmio Funtelpe, 2010



TV foi destinado o prêmio de R\$ 3.000,00 (Três mil reais). Na categoria rádio a melhor reportagem levou o prêmio de R\$ 2.000,00 (Dois mil reais).

### Principais programas da TV Cultura



**Brasil da Amazônia** tem como foco o turismo, as manifestações culturais e as formas diferentes de viver e produzir da população da Amazônia. O programa trata dos ritmos, danças, festas religiosas, patrimônio artístico e cultural da população de um município, assim como praias e igarapés, patrimônio natural da região. Formato dinâmico, com abordagens bem humoradas e descontraídas sobre costumes diários, meios de transporte, linguajar peculiar, lazer, religiosidade, relacionamentos sociais etc. Conta, ainda, com um bloco de serviços: como chegar, como se hospedar, onde comer, meios de transportes e pessoas interessantes pra conhecer.



O **Café Cultura** surgiu como espaço para os servidores, encontros com amigos e conversas informais, regados a um delicioso café e outras iguarias. O programa recebe artistas, profissionais de vários segmentos cultu-



Apresentação musical no *Café Cultura*

rais, como literatura, música, artes plásticas e artes cênicas. O programa, que é aberto à participação de funcionários da FUNTELPA e convidados, funciona no térreo do prédio da Fundação, à Almirante Barroso, 735 - Marco. Através do “VideoChat”, criado pela equipe do Portal Cultura, os internautas e telespectadores do programa podem interagir com a apresentadora e convidados. Para participar, basta acessar o endereço [www.portalcultura.com.br](http://www.portalcultura.com.br) e clicar no link “VideoChat – Café Cultura”.



Programa infantil que utiliza o criativo universo do teatro de bonecos e trabalha o mágico mundo das narrativas populares brasileiras. Apresentado por dois personagens típicos da floresta: Dona Preguiça, a contadora de estórias, representa a sabedoria, e o Preguinho, um macaquinho que faz o papel do telespectador-alvo, crianças de 4 a 12 anos. As histórias contadas pelo povo são recriadas por escritores, com apoio de um consultor. O programa valoriza cada detalhe da cultura amazônica e estimula a curiosidade e a imaginação das crianças. O **Catalendas** é produzido pela TV Cultura do Pará em parceria com a Cia. In Bust de Teatro com Bonecos. Programa reconhecido nacionalmente pela Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais – ABEPEC – e exibido pelo canal Ra-Ti-Bum e pela TV Brasil.



*Preguinho e Dona Preguiça* do infantil *Catalendas*



*Catalendas, o infantil da TV Cultura do Pará*









**Cena musical** é um programa, que tem transmissão simultânea pela Rádio e TV, no qual artistas convidados falam sobre detalhes do seu trabalho e de seus repertórios musicais. Faz parte do formato, também, entrevista com pessoas ligadas à cultura ou à política paraense. Com uma hora de duração, é exibido diretamente do estúdio “Edgar Proença”, da Rádio Cultura FM.



Revista cultural eletrônica com uma hora de duração, exibido semanal. **Cultura Paidégua** permanece no ar há seis anos, entrevistando personalidades do mundo artístico e cultural do Pará e da Amazônia ou mesmo de fora da região que tenham importância no cenário cultural brasileiro. Além das entrevistas apresenta matérias jornalísticas, reportagens e quadros sobre o que acontece nos palcos ou em outros espaços da capital e do interior do Estado. Oferece, ainda, ao telespectador, a agenda cultural da capital.



O Programa disponibiliza aos telespectadores cobertura completa das diversas modalidades esportivas, tanto profissionais quanto amadoras, valorizando o atleta da terra. Representa o compromisso social da emissora com a propagação do esporte como prática saudável em

todas as idades. **O Esporte Cultura** ganhou cenário novo em julho de 2007, inserindo novidades no seu formato, como o espaço para entrevistas ao vivo, comentários e reportagens mais detalhadas.



**Direto da Redação** é um boletim diário, com o resumo das principais notícias do dia, exibido de segunda a sexta com duas inserções diárias.



**Jornal Cultura** é o informativo diário da emissora, ao vivo, com os principais acontecimentos da cidade e em vários municípios paraenses. Com cobertura crítica das áreas de interesse público: cultura, economia, política, cidadania. Destaca-se por fazer jornalismo de forma responsável, cobrindo ao longo dos anos a repercussão dos fatos que marcam a história do Pará.



**Regatão Cultural** tem como objetivo centrar as lentes nos personagens destacados da cultura paraense dando voz aos que escreveram a história do Estado. Atuando como agente de resgate da memória cultural da Amazônia, destaca os expoentes da Música, da Literatura, do Teatro, da Rádio, da Te-



Madame Saatan no *Cultura Pai D'Égua*



Cenário do *Jornal do Meio Dia*

levisão e das Artes Plásticas. O Programa – à moda dos regatões que navegam os rios da Amazônia, parando de trapiche em trapiche levando as mais diversas mercadorias aos ribeirinhos – traça o perfil de personalidades do mundo cultural da região, que muita gente não conhece ou de quem apenas ouviu falar. São 30 minutos de duração, com entrevistas com o próprio homenageado ou com alguém que tenha conhecimento suficiente para traçar esse perfil.



No ar desde 1988, o **Sem Censura Pará** tornou-se tradicional programa vespertino da TV Cultura. São 22 anos com um estilo diferente de apresentar entrevistas, reunindo ao vivo diversos convidados de diferentes áreas. Discute assuntos como política, economia, meio ambiente, saúde, comportamento, moda, arte, cultura, música, e atualidades. Possibilita a interação do telespectador através da participação por telefone e e-mail.



Ciência, tecnologia e inovação a serviço das populações amazônicas, são os assuntos centrais deste programa que entre outras questões, aborda os investimentos que instituições científicas e institutos de pesquisa fazem nas áreas de ciência e tecnologia. O **Sementes** trata ainda de



Programa *Sem Censura* Pará

temas como a vocação regional para a economia da floresta, que significa aproveitar de maneira sustentável as árvores, plantas e animais da região para a melhoria da qualidade de vida da população. O modelo de desenvolvimento sustentável e a analogia entre o saber popular e o conhecimento formal também estão na pauta do programa.



Programa inicialmente produzido pela Rádio Cultura FM, que logo depois ganhou espaço nas três mídias: rádio, televisão e portal. A transmissão pela rádio é ao vivo, com duração de 60 minutos, diretamente da capela de São José Liberto, parte integrante do Polo Joalheiro do Pará. O **Timbres** é o único espaço na TV paraense que mostra a produção dos artistas locais que desenvolvem um trabalho não-vocal. Assim, o programa é orientado para apresentações instrumentais. Na TV também é exibido um pequeno *making of* da apresentação, além de destacar uma das músicas apresentadas numa linguagem de *clip* musical.



O objetivo do programa **Varadouro: caminhos na Amazônia** é atravessar os rios e estradas da região, fazendo reportagens temáticas sobre os mais diversos aspectos da realidade amazônica. A meta é descortinar os problemas e conquistas da população regional.



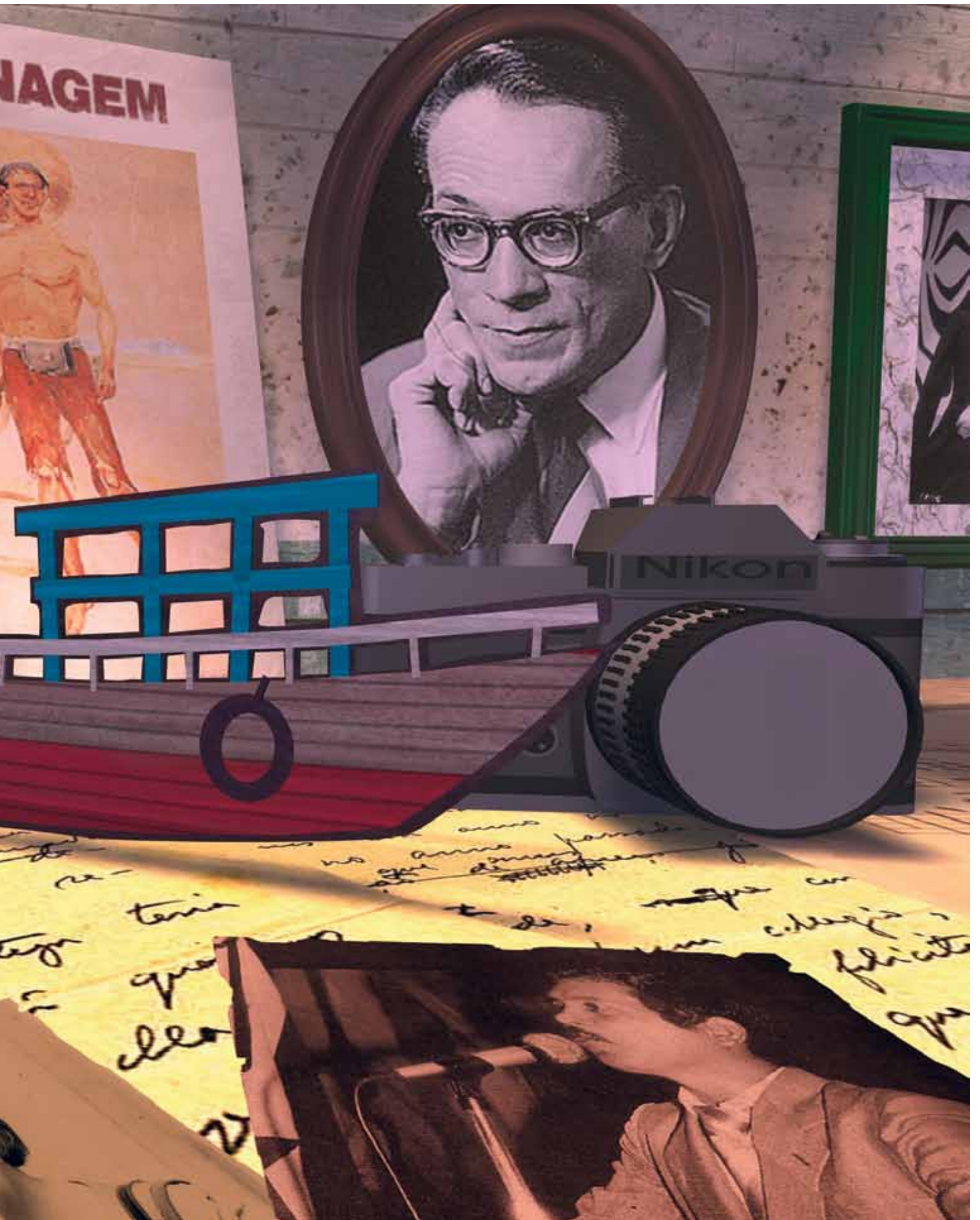
Bastidores de *A Feira do Som*





Abertura do programa *Regatão Cultural*





Temas como migração, poluição ambiental, relação das comunidades tradicionais com a natureza, são alguns exemplos de pautas, apresentadas sob a ótica de quem vive e trabalha na região. Na forma de narrativa jornalística documental, o programa é exibido quinzenalmente, com mais duas reapresentações na semana seguinte. Tem duração de 52 minutos, em quatro blocos de 13 minutos.



O **Escola Viva**, programa de meia hora de duração, discute o papel da escola na educação da população, com ênfase nos processos de inclusão das diversas experiências inovadoras tanto na área urbana como rural. Faz parte de seu conteúdo também a abordagem das formas não convencionais de educação, valorizando a formação e a inclusão digital.



Durante os quatro anos desta gestão, a TV Cultura realizou **Programas Especiais** sintonizados com o calendário cultural da cidade de Belém. Os eventos receberam atenção especial com transmissão ao vivo, de diversos pontos de Belém. Programas como o Festival de Canto Lírico, Festival de Ópera, com apresentação de óperas “Il Guarani”,



Cobertura do *Círio de Nazaré* em 2010

de Carlos Gomes, “Gianni Schicchi”, de Giacomo Puccini, e “La Cenerentola”, do italiano Gioachino Rossini foram alvo da cobertura da Cultura. Outros eventos foram transmitidos pela TV Cultura: Festival do Choro, Feira do Livro, Círio de Nazaré, Aniversário de Belém, Reunião Anual da SBPC, e Vinte Anos da TV Cultura do Pará.

#### *Os principais projetos de interprogramação*



O **E eu com isso?!** aborda temas relativos ao comportamento social urbano. O objetivo é sensibilizar a população para temas como educação no trânsito e a preservação do meio ambiente. Buscando fomentar alterações em hábitos, introduzindo noções de boas práticas, através de dicas de saúde, lazer, segurança, educação e ética. O programa é veiculado em vários momentos nos intervalos da programação.



A poesia e a literatura paraenses também ganharam espaço privilegiado na programação da TV Cultura, graças ao **Video Verso**, interprogramação que resgata e divulga a obra dos escritores do passado e do presente. Com um minuto de duração, o quadro apresenta um poe-



*Festival de Música* da Rádio Cultura em 2010



ma de caráter universal, tendo como fundo uma trilha musical envolvente. A proposta é mostrar o bom trabalho de poesia que se faz no Estado.



Uma das experiências mais bem sucedidas da Rede Cultura de Comunicação do Pará, quando se fala em Interprogramação, é o **Belém Tem Disso**. É uma série, que retrata o cotidiano da capital paraense em animações de 30 segundos, que já conquistou o público paraense e também faz sucesso fora do Estado.



A série **Contos da Amazônia** aborda as questões ecológicas nessa região. Os personagens da Amazônia são protagonistas principais das mensagens pela preservação da região. A proposta é mostrar, principalmente para as crianças, o que está acontecendo com a exploração indevida do meio ambiente e como o homem pode mudar essa história a partir de uma educação que favoreça o equilíbrio entre o ecossistema e o desenvolvimento da sociedade.

### As ações da Rádio Cultura

Fundada em 11 de outubro de 1985, a Rádio Cultura FM surgiu com o objetivo de valorizar a

música brasileira. Atualmente cobrindo 122 dos 143 municípios, a Rádio Cultura assume posição estratégica no que se refere à informação de interesse público. Atuando também como grande aliada da população das localidades nas quais está inserida, a rádio é considerada uma janela aberta para os inúmeros talentos paraenses, reconhecida como uma grande divulgadora das produções locais.

A mesma diretriz conceitual pensada na construção da nova grade de programação da TV Cultura norteou a reestruturação da Rádio Cultura FM. Nos anos de 2007 e 2008, a Rádio iniciou o planejamento e execução de uma nova política de programação, investindo não só na qualidade da produção, como na prestação de serviços e na tríade – informação, educação e cultura – características, marcantes da Rede Cultura de Comunicação.

Entre os novos programas que ganharam espaço na Rádio Cultura destacam-se: *Matéria Prima* (com a marca de 50% de espaço para a música paraense no horário da manhã), *Cena Musical*, *Cultura Reggae*, *Linha das Nove* (programas Rotatividade, Visagem, Bossa Nova, Novas Bossas) e *Debate na Rede* (programa direcionado para o interior do Estado e transmitido pela Rede Cultura de Comunicação) e *Fonograma*, todos criados em 2007.

Outros programas veiculados pela Rádio Cultura do Pará foram: *Alta Fidelidade* (Relembra grandes sucessos nacionais e internacionais das décadas de 30 a 90), *Bossa Nova*, *Novas Bossas* (as diferentes tendências da bossa nova no mundo), *Canta Pará* (traz o artista paraense ou banda que fala da sua trajetória além de tocar as músicas do CD),



Rádio Cultura na UFPA durante o *Fórum Social Mundial em Belém*, 2009



Equipe da Rádio Cultura na UFPA durante o *Fórum Social Mundial*



Cultura na Madrugada (leva àqueles que trabalham na madrugada músicas de todos os estilos), Cultura Reggae (traz novidades do reggae de Belém e do mundo), Estação Turismo (o ouvinte tem inúmeras informações sobre o turismo no Pará), Fonograma (revista cultural que se interessa por todo tipo de ruído, letras, formas, cores e sons), Geração MPB (a música nacional de todas as gerações), Musical Cultura (em vários horários, as melhores da semana além de grandes nomes da música brasileira), Rotatividade (programa que se relaciona com o público mais jovem amante de rock, da música negra, da música eletrônica e das experimentações sonoras), Som na Caixa (É o espaço da MPB refinada) e Toque de Classe (um passeio sonoro acompanhado de textos curtos e diretos sobre os artistas e as gravações).

A Rádio também recebeu investimentos em infraestrutura, incluindo a aquisição de novos equipamentos para facilitar e agilizar o trabalho dos profissionais de diversos setores.



### Concurso de Logomarca e Vinheta

Na busca de tornar a Rádio Cultura um veículo de comunicação que possibilitasse a participação dos ouvintes não apenas na programação por meio de ligações telefônicas aos programas, mas também na construção dos mesmos, a Funtelpa lançou, em 2008, o Edital do Concurso de Logomarca e Vinheta para o programa “Feira do Som”, da Cultura FM. Com apoio da Secretaria de Estado de Cultura – SECULT –, o concurso atraiu a atenção de vários artistas locais e de outros estados. Ao todo, 28 trabalhos foram inscritos, sendo 17 para a categoria “Logomarca” e oito para a categoria “Vinheta”, que concorreram ao prêmio de R\$ 3.000 e R\$ 4.000,00, para os melhores trabalhos gráficos e de áudio, respectivamente.

O prêmio de melhor logomarca foi para o paulista Camilo Riani Costa Cazonatto que, segundo a comissão avaliadora, apresentou um projeto com *linhas simples e simétricas, de muita leveza e harmonia, além de utilizar cores que combinam com as da Rede Cultura de Comunicação.*

Na categoria vinheta, o arquiteto e compositor paraense Antônio Roberto Pinho da Costa levou o prêmio. Também de acordo com a produção, o motivo da escolha se deu: *por melhor retratar o espírito do programa Feira do Som, com muita criatividade e qualidade técnica*, classificou a comissão avaliadora. A vinheta vencedora foi incorporada ao programa no momento do lançamento da Programação no ano de 2009.

### Principais programas da Rádio Cultura



**Abracadabra** é um programa infantil com brincadeiras – trava língua, adivinhações, narrações de estórias, músicas infantis, cantigas de roda, referências de leituras, promoções, campanhas educativas e muito mais.



Rock de todas as tribos. *Punk, heavy, hard*, tradicional, os mestres como Jimmy Hendrix, Chuck Barry, Bill Haley, além de ‘blueseiros’ que escreveram a história do rock. Tudo isso está no **Balanço do Rock**. Notícias do mundo do Rock, entrevistas, promoções, gravações exclusivas, arquivos e raridades, também fazem parte do programa.



**Brasileiríssimo** é o programa que abre espaço para uma das maiores expressões musicais do Brasil, um gênero tipicamente nacional: o choro. Um retrato musical brasileiro, que traz grandes nomes como Jacob do Bandolin, Pixinguinha, os Chorinhos e seus chorões, além dos grandes ícones e da nova geração de chorões.



**Bravo, bravíssimo**, programa dedicado aos amantes das músicas clássica e erudita. O ouvinte tem informações sobre as obras e seus compositores. Apresenta músicas de clássicos como Beethoven, Debussy, Maurice Ravel, Mozart, entre outros.



O samba de raiz é apresentado nas vozes e instrumentos de grandes mestres como Paulinho da Viola, Cartola, Nelson Cavaquinho, Beth Carvalho, Jovelina Pérola Negra, Zeca Pagodinho. Entrevista com bandas, notícias do mundo do samba, promoções e muito mais, além de valorizar o samba paraense. Durante o carnaval, o **Clube do Samba** é transmitido direto dos barracões das escolas de samba.



Um dos programas de maior tradição e audiência da Rádio Cultura FM. Caracterizado pela sua diversificação musical: das relíquias aos mais recentes lançamentos, o programa é uma grande feira de arte musical. Além de divulgar o mercado musical, o **Feira do Som** também tem o caráter informativo e cultural, destacando os principais *shows*, eventos, peças de teatro, literatura, entre outras programações artístico-culturais que acontecem na cidade.



O **Jornal da Manhã** é um referencial de informação nas manhãs do Pará. Notícias, do Estado, do Brasil e do mundo, apresentadas por correspondentes no interior do estado e no exterior, sobre cinema, música, literatura, política, esporte, além de *flashes* ao vivo sobre os acontecimentos do cotidiano das cidades. O *Jornal da Manhã* é retransmitido pelas 28 rádios que compõem a Rede Cultura de Rádio –RCR.



Boletins informativos com notícias locais, estaduais, nacionais e também internacionais. **Notícias Cultura** é veiculado de hora em hora, de segunda a sexta, com oito edições diárias, durante a programação da Rádio Cultura FM e aos sábados, com quatro edições diárias.



O programa, **Raridades da MPB**, resgata os discos fora de catálogo, gravações únicas, acervo de colecionadores, grandes espetáculos registrados em disco, raridades da música paraense jamais lançadas em disco. Preciosidades veiculadas pela FM Cultura.



O **Visagem** apresenta poesia, crônicas, contos, narrativas de lendas, música eletrônica e experimental, trilhas, humor, raridades e muito mais. Outra forma de valorizar a cultura local rica em narrativas orais.



Transmissão do FESTIVAL DE ÓPERA em 2007







# RELATÓRIOS

## Físicos Financeiros

Trabalhar em uma emissora pública é ter consciência de que você está trabalhando com recursos públicos. (FUNTELPA, 2007, p. 105)





## Ano 2007

Em 2007 a FUNTELPA executou os seguintes Programas e suas Ações:

### 0125 - APOIO ADMINISTRATIVO

4668 - Implementação do Gerenciamento de Unidades de Abastecimento do Estado

4534 - Operacionalização das Ações Administrativas

4535 - Operacionalização das Ações de Recursos Humanos

### 1129 - DESENVOLVIMENTO E VALORIZAÇÃO DE PESSOAS

4460 - Implementação de Ações Complementares de Auxílio ao Servidor

### 1092 - FOMENTO À PRODUÇÃO E DIFUSÃO CULTURAL E DESPORTIVA

4193 - Produção de Programas Educativos, Informativos e Culturais

4210 - Implementação das Redes de Retransmissão

4194 - Realização de Transmissão e Produção Digital Via Satélite de Rádio e TV

### 1 - DEMONSTRATIVO DE AÇÕES POR PROGRAMAS – 2007

Programa: Apoio Administrativo

**R\$1,00**

Ações	Fonte	Valores
4668 - Implementação do Gerenciamento de Unidades de Abastecimento do Estado		
	Tesouro	195.087,72
4534 - Operacionalização das Ações Administrativas		
	Tesouro	1.684.850,37
	O.Fontes	206.825,37
4535 - Operacionalização das Ações de Recursos Humanos		
	Tesouro	5.950.759,02
	O.Fontes	313.127,75
<b>TOTAL</b>		<b>8.350.650,23</b>

Fonte: SIAFEM

**Programa: Desenvolvimento e Valorização de Pessoas****R\$1,00**

<b>Ações</b>	<b>Fonte</b>	<b>Valores</b>
4460 - Implementação de Ações Complementares de Auxílio ao Servidor		
	Tesouro	480.862,24
<b>TOTAL</b>		<b>480.862,24</b>

Fonte: SIAFEM

**Programa: Fomento à Produção e Difusão Cultural e Desportiva****R\$1,00**

<b>Ações</b>	<b>Fonte</b>	<b>Valores</b>
4193 - Produção de Programas Educativos, Informativos e Culturais		
	Tesouro	2.354.134,56
	O.Fontes	69.103,50
4210 - Implementação das Redes de Retransmissão		
	Tesouro	58.357,80
	O.Fontes	15.288,00
4194 - Realização de Transmissão e Produção Digital Via Satélite de Rádio e TV		
	Tesouro	1.082.668,93
<b>TOTAL</b>		<b>3.579.552,79</b>

Fonte: SIAFEM

**DEMONSTRATIVO DA EXECUÇÃO FINANCEIRA POR CATEGORIA DE DESPESA**

<b>Categorias</b>	<b>Fontes</b>	<b>Exercício</b>
Pessoal e encargos sociais		2207
	Tesouro	5.673.166,76
	O.Fontes	313.127,75
Outras despesas correntes		
	Tesouro	4.575.797,34
	O.Fontes	275.928,87
Investimentos		
	Tesouro	1.557.756,54
	O.Fontes	15.288,00
<b>TOTAL</b>		<b>12.411.065,26</b>

Fonte: SIAFEM

**DEMONSTRATIVO DA ARRECAÇÃO DE RECURSOS PRÓPRIOS**

2003/2007

<b>MESES</b>	<b>EXERCÍCIOS</b>				
	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
JANEIRO	23.435,92	56.795,91	155.183,22	3.404,08	56.731,04
FEVEREIRO	36.428,00	16.900,35	–	16.458,59	57.985,51
MARÇO	28.468,04	22.323,06	4.787,94	65.554,41	28.195,92
ABRIL	21.459,00	101.934,91	90.000,00	136.535,31	19.088,88
MAIO	42.684,36	35.883,58	50.000,00	62.018,20	32.382,99
JUNHO	31.562,19	300,00	453.556,74	102.526,60	82.904,20
JULHO	52.043,10	71.972,34	21.395,05	135.893,44	23.066,72
AGOSTO	17.676,76	37.512,52	352.593,91	15.429,08	153.622,89
SETEMBRO	76.822,63	10.671,32	155.356,24	37.631,12	135.917,50
OUTUBRO	36.436,47	230,00	29.916,90	52.796,41	45.772,16
NOVEMBRO	147.015,60	42.940,00	36.666,62	63.666,21	–
DEZEMBRO	87.213,82	67.246,36	157.266,98	168.495,00	72.293,04
<b>SUBTOTAL</b>	<b>601.245,89</b>	<b>464.710,35</b>	<b>1.506.723,60</b>	<b>860.408,45</b>	<b>707.960,85</b>
A RECEBER	–	414.100,00	–	–	–
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>601.245,89</b>	<b>878.810,35</b>	<b>1.506.723,60</b>	<b>860.408,45</b>	<b>707.960,85</b>

Fonte: SIAFEM



## **Ano 2008**

A FUNTELPA em 2008 executou em seu orçamento os serviços nos Programas de Gestão em Apoio Administrativo e nos Programas Finalísticos, como se descreve abaixo.

### **APOIO ADMINISTRATIVO**

4668 - Implementação do Gerenciamento de Unidades de Abastecimento do Estado

4534 - operacionalização das Ações Administrativas

4535 - Operacionalização das Ações de Recursos Humanos

### **COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

1550 - Adequação da Sede da FUNTELPA

1549 - Ampliação de Sinais de Áudio e Vídeo, Via Satélite

1548 - Implementação de Sinais de Áudio, Vídeo e Teleinformação, Via Satélite

1565 - Implementação de Tecnologia de Comunicação Digital

2797 - Produção da Programação de Telecomunicação

### **GESTÃO DA COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL**

2781 - Implementação de Ações de Publicidade

### **PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA, IDENTIDADES E DIVERSIDADE CULTURAL DO ESTADO**

2572 - Promoção da Educação Patrimonial

### **QUALIDADE SOCIAL DO SERVIÇO PÚBLICO**

2887 - Qualidade na Gestão Pública do Estado

### **VALORIZAÇÃO DO SERVIDOR PÚBLICO**

4098 - Desenvolvimento de Competências Profissionais

6003 - Assistência Médica e Odontológica

6004 - Auxílio Alimentação

## QUADROS DEMONSTRATIVOS DAS AÇÕES COM SEUS DEVIDOS PROGRAMAS – 2008

### Programa: 0125 - Apoio Administrativo

R\$1,00

Ações	Fonte	Valores
4668 - Implementação do Gerenciamento de Unidades de Abastecimento do Estado		
	Tesouro	195.087,72
4534 - Operacionalização das Ações Administrativas		
	Tesouro	2.042.202,39
	O.Fontes	268.998,98
4535 - Operacionalização das Ações de Recursos Humanos		
	Tesouro	5.423.925,35
<b>TOTAL</b>		<b>7.931.083,91</b>

Fonte:SIAFEM

### Programa: 1197 - comunicação pública

R\$1,00

Ações	Fonte	Valores
1550 - Adequação da Sede da FUNTELPA		
	Tesouro	122.400,00
	O.Fontes	135.367,00
1549 - Ampliação de Sinais de Áudio e Vídeo, Via Satélite		
	Tesouro	4.236.277,36
1548 - Implementação de Sinais de Áudio, Vídeo e Teleinformação, Via Satélite		
	Tesouro	3.003.870,25
1565 - Implementação de Tecnologia de Comunicação Digital		
	Tesouro	2.349.988,59
2797 - Produção da Programação de Telecomunicação		
	Tesouro	218.029,73
<b>TOTAL</b>		<b>10.065.932,93</b>

Fonte:SIAFEM

**Programa:1193 - gestão da comunicação governamental****RS1,00**

Ações	Fonte	Valores
2781 - Implementação de Ações de Publicidade		
	O.Fontes	10.401,30
<b>TOTAL</b>		<b>10.401,30</b>

Fonte:SIAFEM

**1179 - Preservação da memória, identidades e diversidade cultural do estado****RS1,00**

Ações	Fonte	Valores
2572 - Promoção da Educação Patrimonial		
	Tesouro	–
<b>TOTAL</b>		<b>–</b>

Fonte:SIAFEM

**1204 - Qualidade social do servidor público****RS1,00**

Ações	Fonte	Valores
2887 - Qualidade na Gestão Pública do Estado		
	Tesouro	–
<b>TOTAL</b>		<b>–</b>

Fonte:SIAFEM

**1201 - Valorização do servidor público****RS1,00**

Ações	Fonte	Valores
4098 - Desenvolvimento de Competências Profissionais		
	Tesouro	112.000,00
6003 - Assistência Médica e Odontológica		
	Tesouro	–
6004 - Auxílio Alimentação		
	Tesouro	656.725,75
<b>TOTAL</b>		<b>768.725,75</b>



## DEMONSTRATIVO DA EXECUÇÃO FINANCEIRA POR CATEGORIA DE GASTOS DE DESPESAS NOS PERÍODOS DE 2005 A 2008

R\$1,00

AÇÕES	FONTES	2005	2006	2007	2008
<b>PESSOAL E ENCARGOS SOCIAIS</b>	Tesouro	4.813.604,70	6.013.104,66	5.673.166,76	5.290.918,13
	O. Fontes	539.112,91	438.346,61	313.127,75	-
<b>OUTRAS DESPESAS CORRENTES</b>	Tesouro	11.004.331,79	10.978.171,88	4.575.797,34	5.594.614,09
	O. Fontes	585.216,37	221.613,87	275.928,87	278.859,52
	Convênio	20.000,00	20.000,00	-	-
<b>INVESTIMENTOS</b>	Tesouro	1.198.020,26	528.218,82	1.557.756,54	7.475.844,39
	O. Fontes	178.730,00	14.964,79	15.288,00	135.907,76
<b>TOTAIS</b>		<b>18.339.016,03</b>	<b>18.214.420,63</b>	<b>12.411.065,26</b>	<b>18.776.143,89</b>

Fonte: SIAFEM

## DEMONSTRATIVO DA ARRECADAÇÃO DE RECURSOS PRÓPRIOS NO PERÍODO DE 2000 A 2008

R\$1,00

MESES	ANOS				TOTAL
	2005	2006	2007	2008	
JANEIRO	155.183,22	3.404,08	56.731,04	-	215.318,34
FEVEREIRO	-	16.458,59	57.985,51	130.989,76	205.433,86
MARÇO	4.787,94	64.822,60	28.195,92	81.502,31	179.308,77
ABRIL	90.000,00	136.535,31	19.088,88	32.089,70	277.713,89
MAIO	50.000,00	62.018,20	32.382,99	54.816,63	199.217,82
JUNHO	453.556,74	102.526,60	82.904,20	43.674,79	682.662,33
JULHO	21.395,05	135.816,80	23.066,72	28.851,05	209.129,62
AGOSTO	352.593,91	15.429,08	153.622,89	161.285,82	682.931,70
SETEMBRO	155.356,24	37.631,12	135.917,50	9.772,60	338.677,46
OUTUBRO	29.916,90	52.796,41	45.772,16	12.517,98	141.003,45
NOVEMBRO	36.666,62	63.666,21	-	14.133,21	114.466,04
DEZEMBRO	157.266,98	168.495,00	72.293,04	36.354,71	434.409,73
DEZEMBRO (REC. DE CONVÊNIO)	-	-	-	1.645.993,76	1.645.993,76

MESES	ANOS				TOTAL
	2005	2006	2007	2008	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.506.723,60</b>	<b>859.600,00</b>	<b>707.960,85</b>	<b>2.251.982,32</b>	<b>5.326.266,77</b>
A RECEBER	-	-	-		-
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>1.506.723,60</b>	<b>859.600,00</b>	<b>707.960,85</b>	<b>2.251.982,32</b>	<b>5.326.266,77</b>

## Ano 2009

### Em 2009 a FUNTELPA executou os seguintes Programas e suas Ações:

#### 0125 - APOIO ADMINISTRATIVO:

4668 - Implementação do Gerenciamento de Unidades de Abastecimento do Estado;  
 4534 - Operacionalização das Ações Administrativas;  
 4535 - Operacionalização das Ações de Recursos Humanos.

#### 1201 - VALORIZAÇÃO DO SERVIDOR:

4098- Desenvolvimento de Competências Profissionais;  
 6003- Assistência Médica e Odontológica;  
 6004- Auxílio Alimentação.

#### 1197 – COMUNICAÇÃO PÚBLICA:

1550 - Adequação da Sede da FUNTELPA;  
 2797 - Produção da Programação de Telecomunicação;  
 1565 - Implantação de Tecnologia de Comunicação Digital;  
 1548 - Implantação de Sinais de Áudio, Vídeo e Teleinformação, Viam Satélite;  
 1549 - Ampliação de Sinais de Áudio e Vídeo, Via Satélite.

#### 000 – ENCARGOS ESPECIAIS:

9010- Encargos com Débitos Precatórios.

#### 1179- PRESERV. DA MÉMÓRIA, IDENT. E DIVERS. CULTURAL DO ESTADO

2572- Promoção da Educação Patrimonial.

#### 1193- GESTÃO DA COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL

2781- Implementação de Ações de Publicidade.

#### 1207 - QUALIDADE NA GESTÃO PÚBLICA

2887 – Qualidade na Gestão Pública do Estado.

<b>AÇÕES</b>	<b>EXECUTADO/2009</b>
<b>4668 - Implementação do Gerenciamento de Unidades de Abastecimento do Estado:</b>	
ODC/Tesouro	132.489,58
<b>4534 - Operacionalização das Ações Administrativas:</b>	
ODC/Tesouro	1.467.699,07
ODC/Outras Fontes	681.779,58
Equipamentos/Outras Fontes	25.460,00
<b>4535 - Operacionalização das Ações de Recursos Humanos:</b>	
Pessoal/Tesouro	5.483.188,67
ODC/Tesouro	110.260,52
<b>4098 - Desenvolvimento de Competências Profissionais:</b>	
ODC/Tesouro	–
ODC/Outras Fontes	–
<b>6003 - Assistência Médica e Odontológica:</b>	
ODC/Tesouro	–
ODC/Outras Fontes	–
<b>6004 - Auxílio Alimentação:</b>	
ODC/Tesouro	543.890,09
ODC/Outras Fontes	–
<b>1550- Adequação da Sede da FUNTELPA:</b>	
ODC/Tesouro	54.000,00
Equip/Tesouro	950.494,40
Obras/Tesouro	743.124,82
<b>2572- Promoção da Educação Patrimonial:</b>	
ODC/Tesouro	18.051,26
<b>2781- Implementação de Ações de Publicidade</b>	
ODC/Outras Fontes	19.892,64
<b>2797 - Produção da Programação de Telecomunicação</b>	
ODC/Tesouro	2.791.155,98
Equip/Tesouro	115.393,42
<b>2887 – Qualidade na Gestão Pública do Estado</b>	
ODC/Tesouro	8.705,00
<b>1565- Implantação de Tecnologia de Comunicação Digital</b>	
ODC/Tesouro	671.272,98
Equip/Tesouro	61.421,82



AÇÕES	EXECUTADO/2009
<b>1548- Implantação de Sinais de Áudio, Vídeo e Teleinformação, Via Satélite:</b>	
ODC/Tesouro	1.314.182,41
Equip/Tesouro	347.504,67
Equip/Convênio	1.558.354,77
Obras/Convênio	44.233,04
<b>1549- Ampliação de Sinais de Áudio e Vídeo, Via Satélite:</b>	
ODC/Tesouro	726.753,83
Equip/Tesouro	18.639,98
Obra/Tesouro	272.496,50
ODC/Outras fontes	49.959,24
Equip./Outras Fontes	203.187,63
Obras/Outras Fontes	100.000,00
<b>9010- Encargos com Débitos Precatórios:</b>	
Pessoal/Tesouro	500.000,00

## RELATÓRIO FÍSICO-FINANCEIRO

Em 2010 a FUNTELPA executou os seguintes Programas e suas Ações:

### 0125 - APOIO ADMINISTRATIVO:

4668 - Implementação do Gerenciamento de Unidades de Abastecimento do Estado;  
 4534 - Operacionalização das Ações Administrativas;  
 4535 - Operacionalização das Ações de Recursos Humanos;

### 1201 - VALORIZAÇÃO DO SERVIDOR:

4098- Desenvolvimento de Competências Profissionais;  
 6003- Assistência Médica e Odontológica;  
 6004- Auxílio Alimentação;

### 1197 – COMUNICAÇÃO PÚBLICA:

1550 - Adequação da Sede da Funtelpa;  
 2797 - Produção da Programação de Telecomunicação;  
 1565 - Implantação de Tecnologia de Comunicação Digital;  
 1548 - Implantação de Sinais de Áudio, Vídeo e Teleinformação, Viam Satélite;  
 1549 - Ampliação de Sinais de Áudio e Vídeo, Via Satélite;

### 000 – ENCARGOS ESPECIAIS

9010- Encargos com Débitos Precatórios;

**1179- PRESERV. DA MÉMÓRIA, IDENT. E DIVERS. CULTURAL DO ESTADO**

2572- Promoção da Educação Patrimonial;

**1193- GESTÃO DA COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL**

2781- Implementação de Ações de Publicidade.

**1207 - QUALIDADE NA GESTÃO PÚBLICA**

2887 – Qualidade na Gestão Pública do Estado

<b>AÇÕES</b>	<b>EXECUTADO/2010</b>
<b>4668 - Implementação do Gerenciamento de Unidades de Abastecimento do Estado:</b>	
ODC/Tesouro	127.702,73
<b>4534 - Operacionalização das Ações Administrativas:</b>	
ODC/Tesouro	390.858,23
ODC/Outras Fontes	205.151,84
Equipamentos/Outras Fontes	–
<b>4535 - Operacionalização das Ações de Recursos Humanos:</b>	
Pessoal/Tesouro	2.327.649,41
ODC/Tesouro	37.392,58
<b>4098 - Desenvolvimento de Competências Profissionais:</b>	
ODC/Tesouro	7.351,40
ODC/Outras Fontes	–
<b>6003 - Assistência Médica e Odontológica:</b>	
ODC/Tesouro	–
ODC/Outras Fontes	–
<b>6004 - Auxílio Alimentação:</b>	
ODC/Tesouro	163.377,71
ODC/Outras Fontes	–
<b>1550- Adequação da Sede da Funtelpa:</b>	
ODC/Tesouro	33.084,90
Equip/Tesouro	4.928,00
Obras/Tesouro	1.159.226,58
<b>2572- Promoção da Educação Patrimonial:</b>	
ODC/Tesouro	1.826,50

<b>AÇÕES</b>	<b>EXECUTADO/2010</b>
<b>2781- Implementação de Ações de Publicidade</b>	
ODC/Outras Fontes	–
<b>2797 - Produção da Programação de Telecomunicação</b>	
ODC/Tesouro	1.067.399,99
Equip/Tesouro	–
<b>2887 – Qualidade na Gestão Pública do Estado</b>	
ODC/Tesouro	1.476,30
<b>1565- Implantação de Tecnologia de Comunicação Digital</b>	
ODC/Tesouro	59,057,28
Obra/Tesouro	71.812,33
Equip/Tesouro	1.747.925,35
Obra/Contra partida (4121)	–
Equip/Contra partida (4121)	15.316,00
<b>1548- Implantação de Sinais de Áudio, Vídeo e Teleinformação, Via Satélite:</b>	
ODC/Tesouro	1.626.706,25
Equip/Tesouro	–
ODC/Convênio	19.910,8
Equip/Convênio	0
Obras/Convênio	–
<b>1549- Ampliação de Sinais de Áudio e Vídeo, Via Satélite:</b>	
ODC/Tesouro	145.363,21
Equip/Tesouro	–
Obra/Tesouro	–
ODC/Outras fontes	–
Equip./Outras Fontes	–
Obras/Outras Fontes	–
<b>9010- Encargos com Débitos Precatórios:</b>	
Pessoal/Tesouro	–
<b>6078- Apoio Logístico p/ Atuação Governamental:</b>	
ODC/Tesouro	–

Nota:

Realizado até nov/2010

Fonte: SIAFEM/2010





*II Festival Cultura de Música, 2010*







## Referências

Televisão é hábito e o público só começa a ser telespectador assíduo de uma emissora quando sabe que determinado programa vai ao ar em determinado horário. (FUNTELPA, 1988)



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMISSORAS PÚBLICAS EDUCATIVAS E CULTURAIS. Diagnósticos Setoriais. Caderno de Debates. *I Fórum de Debates de Tv's públicas*: Diagnóstico do Campo Público de Televisão. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

BRAGA, Marcelo. *II Fórum Nacional de TVs Públicas*. Encontros Setoriais. Brasília, 27 de maio de 2009 – Interlegis. Mesa 4: TV Digital – Infraestrutura técnica operacional única (operação em rede) e multiprogramação. Transcrição integral do debate.

BUCCI, Eugênio. A TV Pública não faz, não deveria dizer que faz e, pensando bem, deveria declarar abertamente que não faz entretenimento. Cadernos de Debates I, p.17. *I Fórum Nacional de Tv's Públicas*: Diagnóstico do Campo Público de Televisão. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

\_\_\_\_\_. *Brasil em tempo de TV*. São Paulo: Boitempo, 1996.

CANDEL, Roberto S. Universitat Pompeu Fabra. Departamento de Periodismo y de Comunicación Audiovisual. Unidad de Investigación en Comunicación Audiovisual (ÚNICA). Disponível em [www.comunicacionesymedios.com](http://www.comunicacionesymedios.com). Acesso em 18 de novembro de 2009.

CAPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. de. *Comunicação e televisão*: desafios da pós-globalização. São Paulo: Hacher, 2004.

CARVALHO, Patrícia Maurício. *Reflexões sobre a TV Pública*. Trabalho apresentado na NP Políticas e Estratégias de Comunicação, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008. Disponível em < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1100-1.pdf>>. Acesso em 08 jul 2010.

CASHMORE, Ellis. *...e a televisão se fez*. São Paulo: Summus, 1998.

CASTRO, J. Almeida. *Tupi*: pioneira da televisão brasileira. Brasília: Fundação Assis Chateaubriand, 2000.

EBC – Empresa Brasil de Comunicação. Disponível em [www.ebc.com.br](http://www.ebc.com.br). Acesso em 26 novembro 2009.

FIORETI, Bruna, Campos, Silvia, STIVANIN, Taíssa. A TV pública que funciona. Matéria publicada em *O Estado de S. Paulo* em 15/4/2007, veiculada pelo Almanaque da Comunicação, disponível em [www.almanaquedacomunicação.com.br/blog/?page\\_id=568](http://www.almanaquedacomunicação.com.br/blog/?page_id=568). Acesso em 07/12/2009.

FRADKIN, Alexandre. Radiodifusão Educativa: A TVE ou não é?. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=433TVQ004>. Acesso em outubro de 2010.

FUNDAÇÃO DE TELECOMUNICAÇÕES DO PARÁ. Fundação de Telecomunicações do Pará: 30 anos construindo a história da comunicação pública no Pará. Belém: Funtelpa, 2007.

GONÇALO Jr, Silva. País da TV: a história da televisão contada por Gonçalo Silva Junior. São Paulo: Conrad do Brasil, 2001, p. 155.

HAMBURGER, Esther; BUCCI, Eugênio (Org.). A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

MALCHER, Maria A. Teledramaturgia: agente estratégico na construção da TV aberta brasileira. São Paulo: Intercom, 2009.

\_\_\_\_\_. A Memória da Telenovela: legitimação e gerenciamento. São Paulo: Alexa Cultural, 2003.

MARQUES DE MELO, José. Escapismo e dependência na programação da TV Brasileira. *Comunicação & Sociedade*, n. 5, março de 1981.

\_\_\_\_\_. Televisão brasileira: desenvolvimento e perspectivas. *Comunicação & Sociedade*, n. 19, s.d.

MARTIN- BARBERO, Jesús .M., REY, Germán, RINCÓN, Omar. Televisión pública, cultural, de calidad apud. LEAL FILHO, Laurindo Lalo. A missão da rede pública nacional de TC. Cadernos de Debates II, Relatório do GT 'Missão e Finalidade', Anexo I, p.23. *I Fórum Nacional de Tv's Públicas*: Diagnóstico do Campo Público de Televisão. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

\_\_\_\_\_. Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac, 2001.

MARTIN- BARBERO, Jesús. M. Dos meios às mediações: comunicação, cultural e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001.

\_\_\_\_\_. Pré-textos. Centro Ed. Universidad del Valle, Colômbia, 1995.

MATTOS, Sérgio. História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Vozes, 2010.

\_\_\_\_\_. História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Vozes, 2002.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Anexo II : A Missão da TV Pública. Caderno de Debates do I Fórum Nacional de TVs Públicas. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

\_\_\_\_\_. Relatório do Grupo de Trabalho: Programação e Modelos de Negócio. *Caderno de Debates do I Fórum Nacional de TVs Públicas*. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

\_\_\_\_\_. Relatório do Grupo de Trabalho 'Missão e Finalidade, sob a coordenação de Eugênio Bucci, in Caderno de Debates do I Fórum Nacional de TVs Públicas. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

\_\_\_\_\_. Relatório do Grupo de Trabalho: Programação e Modelos de Negócio. In Caderno de Debates do I Fórum Nacional de TVs Públicas. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

MOTA, Regina. Os desafios da TV Digital no Brasil. In: Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social. / André Barbosa Filho; Cosette Castro e Takashi Tome (orgs.). – São Paulo: Paulinas, 2005. (Coleção comunicação-estudos)

\_\_\_\_\_. Uma pauta pública para nova televisão brasileira. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, jun. 2004.

MOYA, Álvaro. *Glória in excelsior*: ascensão, apogeu e queda do maior sucesso da televisão brasileira. São Paulo: Imprensa Oficial, 2004.

NOVAIS, Fernando A. (Coord.). *História da Vida Privada no Brasil*: contraste da intimidade contemporânea. São Paulo: Companhia das Letras, v. 4, 1998.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1991.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia H. S.; RAMOS, José M. O. *Telenovela*: história e produção. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.

PEREIRA, João C. *Memória da televisão paraense e 25 anos da TV Liberal*. Belém: SECULT, 2002.

I FÓRUM NACIONAL DE TVS PÚBLICAS. Brasília: Ministério da Cultura, Brasília, maio, 2006.

PRIOLLI, Gabriel. Antenas da brasilidade. In: HAMBURGER, Esther; BUCCI, Eugênio (Org.). *A TV aos 50*: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

REVISTA ESTÚDIO. Como estão e para onde vão nossas rádios e tevês. *Revista Estúdio*. ano I, n. 1. Setembro, 1987.

SOBRAL, Raymundo M. S. Televisão paraense : 30 anos no ar. *A Província do Pará*. Setembro de 1991.

SODRÉ, Muniz. *A comunicação do grotesco*: um ensaio sobre a cultura de massa no país. Petrópolis, RJ: Vozes, 1978.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade*: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Org.). *60 anos de telejornalismo no Brasil*: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.

WOLTON, Dominique. *Internet e depois?* Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

\_\_\_\_\_. *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1996.

\_\_\_\_\_. *Pensar a Comunicação*. Portugal: Difel, 1999.

### **Fontes consultadas na web no período de setembro a outubro de 2010**

<http://007blog.net/a-historia-da-televisao-no-brasil/>

<http://contextolivres.blogspot.com/2010/08/historia-da-televisao-brasileira-iv.html>

<http://lucajor.vilabol.uol.com.br/histv.htm>

<http://tvrba.diarioonline.com.br/>

<http://www.artigos.com/artigos/exatas/tecnologia/a-historia-da-televisao-2502/artigo/>

[http://www.diariodepernambuco.com.br/2010/09/26/viver9\\_1.asp](http://www.diariodepernambuco.com.br/2010/09/26/viver9_1.asp)

<http://www.fundacaonazare.com.br>

<http://www.microfone.jor.br/tvmundo.htm>

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>

<http://www.santoscities.com.br/index.asp?InCdSecao=6&InCdEditoria=17&InCdMateria=2576&A+TV+nasceu+elitista>

<http://www.sergiomattos.com.br>

<http://www.thtv.com.br>

[www.abepec.com.br](http://www.abepec.com.br)

[www.abert.org.br](http://www.abert.org.br)

[www.anatel.gov.br](http://www.anatel.gov.br)

[www.band.com.br](http://www.band.com.br)

[www.boasnovas.net/](http://www.boasnovas.net/)

[www.brasil.gov.br](http://www.brasil.gov.br)

[www.compos.org.br](http://www.compos.org.br)

[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)

[www.ibope.com.br](http://www.ibope.com.br)

[www.ietv.org.br](http://www.ietv.org.br)

[www.mc.gov.br](http://www.mc.gov.br)

[www.mtv.com.br](http://www.mtv.com.br)

[www.portalcultura.com.br](http://www.portalcultura.com.br)

[www.rauland.com.br](http://www.rauland.com.br)

[www.recordbelem.com.br](http://www.recordbelem.com.br)

[www.rede21.com.br/anovarede21.asp](http://www.rede21.com.br/anovarede21.asp)

[www.sbt.com.br](http://www.sbt.com.br)

[www.tvmcanal17.com.br](http://www.tvmcanal17.com.br)

[www.wikipedia.org/](http://www.wikipedia.org/)



## Sobre as organizadoras desta publicação

### Regina Lúcia Alves de Lima

Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Professora na UFPA onde já exerceu o cargo de Chefe de Departamento do Curso de Comunicação Social, é experiente na área de Comunicação com ênfase em Política e Comunicação. Lecionou no programa de pós-graduação do NAEA-UFPA. Atualmente é presidente da Fundação Paraense de Radiodifusão, presidente de seu conselho curador e presidente da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais. Integra o Conselho da Secretaria de Audiovisual do Ministério da Cultura e foi membro da Comissão Organizadora da Conferência Nacional de Cultura. Articulista nas áreas de comunicação e mídia, eleições e comunicação pública; palestrante, com ênfase em gênero e mídia, democratização da comunicação e modelos de gestão em comunicação pública. Autora do livro: *Vozes em Cena – Análise das estratégias discursivas da mídia sobre os escândalos políticos*.

### Maria Ataíde Malcher

Doutorado e Mestrado em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Desde 2006 é professora adjunta da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará. Coordenadora do Programa de Pós-Graduação “Comunicação, Cultura e Amazônia” da UFPA, Coordenadora da Academia Amazônia, produtora de audiovisual da UFPA. Tem experiência na área de Ciência da Comunicação e Ciência da Informação, atuando principalmente em pesquisas nas áreas de: televisão, audiovisual, telenovela, teledramaturgia, divulgação científica, educomunicação, comunicação e cultura, turismo e lazer. Em sua trajetória prestou consultoria e coordenou vários projetos na área da Comunicação, Informação, Divulgação Científica, Cultura e Turismo. Autora de “A Memória da Telenovela: legitimação e gerenciamento da sua memória”.

São Paulo: Alexa Editora, 2003, “Teledramaturgia: agente estratégico na construção da tv aberta brasileira”, São Paulo: Intecom, 2009 e “Educação sem fronteiras na Amazônia: trajetória e perspectivas da educação a distância na UFPA”. Belém: UFPA, 2010.

### Marly Camargo de Barros Vidal

Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação, pela Universidade de São Paulo (USP). Graduada em Português Inglês e Literaturas pela Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de Moema. Professora do ensino Básico, Médio e Superior. Atualmente é docente no Curso em Marketing Político e Propaganda Eleitoral, do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da ECA/USP, ministrando a disciplina Produção de Textos Persuasivos. Pesquisadora do Grupo de Pesquisas Grupo de Pesquisa Textos da Cultura em Mídias Diferenciadas, credenciado no CNPq. Tem como áreas de atuação: Análise do Discurso, Constituição de Significado, Discurso, Dialogia, Ficção, Memória, Teledramaturgia (minissérie), Textos da Cultura (mídia diferenciada).



Inauguração da antena da  
*TV Cultura em Vigia/PA*





