

Televisão e cultura: Análise da trajetória de duas tvs públicas*

Renata Rocha
Univerdidade Federal da Bahia

Índice

Agradecimentos	3
INTRODUÇÃO	4
1 METODOLOGIA	6
2 TELEVISÃO, CULTURA E SOCIEDADE LOCAL	9
2.1 Dos conceitos de território e região	11
2.2 Representação e identidades	14
2.2.1 Identidade Territorial	16
2.2.2 Televisão e Identidade Regional	18
2.2.3 Identidade baiana e Baianidade	20
2.2.4 Desde a Gallaecia até a Galeguidade	26
3 O SÉCULO DA TV: PERCURSO HISTÓRICO E ATUALIDADE	31
3.1 Brasil: Bahia	32
3.1.1 Televisão no Brasil	36
3.1.2 Televisão Educativa da Bahia	41
3.1.3 Bahia Singular e Plural	47
3.2 Espanha: Galícia	49
3.2.1 Televisão na Espanha	53
3.2.2 Televisión de Galícia	58

*Trabalho apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo, no ano de 2006. Orientadora: Prof^ª Dr^ª Linda Rubim.

3.2.3 TVG e a língua galega	62
4 DOIS MODELOS DE TV PÚBLICA	66
4.1 Financiamento e publicidade	68
4.2 Audiência e programação	74
CONCLUSÃO	82
REFERÊNCIAS	85

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo estudar as relações entre a televisão e a cultura, investigadas a partir da análise das trajetórias de duas TVs públicas – a *Televisión de Galicia*, na Espanha e a Televisão Educativa da Bahia, no Brasil. Pressupõe-se que a televisão, através de suas representações, torna-se um importante fator para a difusão das identidades e cultura regionais, devido ao seu grande alcance no mundo contemporâneo. Nestas emissoras, em especial, a dimensão regional e o caráter público estimulam a construção de novos parâmetros de reflexão, ao se considerar os contextos históricos singulares do processo de comunicação. Realiza-se, assim, uma apreciação mais aprofundada sobre a televisão pública e a trajetória das emissoras, observando, particularmente, as estratégias e soluções encontradas para alcançar a organização e autonomia.

Palavras-chave: televisão pública, cultura regional, identidades.

Abstract

The present work objects the study of the connections between culture and television, which are to be investigated based on the trajectories of two public network television – *Televisión de Galicia*, in Spain, and *Televisão Educativa da Bahia*, in Brazil. It is assumed that the TV, employing its representations, becomes a very important factor in the broadcasting of regional culture and identities, especially when considering the extent of this media in the contemporaneous world. In both networks analyzed, the regional dimension and the public character motivate the construction of new parameters by considering the historical contexts involving the communication process. This way, it is possible to comprehend a profounder reflection on public television as well as

the path they have followed, the strategies and solutions used to accomplish organization and autonomy.

Keywords: public television, regional culture, identities.

Resumén

Este trabalho busca estudar las relaciones entre la televisión y la cultura, investigadas por medio de una análisis de los trayectos de dos canales públicos – la Televisión de Galicia, en España y la *Televisão Educativa da Bahia*, en Brasil. Se presupone que la televisión, por medio de sus representaciones, se convierte en un importante marco para la difusión de las identidades y cultura regionales, por su gran alcance en el mundo contemporáneo. En estos canales, la dimensión regional y el carácter público estimulan la construcción de nuevos parámetros de reflexión, en respecto a los contextos históricos singulares del proceso de comunicación. Se efectúa, por lo tanto, una evaluación más profundizada acerca de la televisión pública y del trayecto de estos canales, observando, particularmente, las estrategias y soluciones encontradas para alcanzar la organización y autonomía.

Palabras-clave: televisión pública, cultura regional, identidades.

À minha mãe verdadeira e às outras mães que fui encontrando pelo caminho.

Agradecimentos

A Linda Rubim, pela orientação e adoção.

A Iraildes Trindade Rocha, minha mãe, por me apoiar em meus caminhos e socorrer nos descaminhos.

A Jaildo Vieira Rocha, meu pai, pelo carinho todo que fica guardado.

Aos meus irmãos e ‘irmãos’, Emanuela Trindade, Sharif Mohr, Júlia Paula e Vítor Freire por estarem do meu lado sempre, e, principalmente a Rebeca Mohr, pelos ‘dias de monografia’, e a Jaildo Filho, pelas noites mal dormidas.

A Dênisson Padilha Filho, pela companhia, paciência, dedicação, enfim, por todo amor.

Aos meus amigos, por existirem e me suportarem, especialmente a Camila Tenório, nestes anos de faculdade, pesquisa, desespero e risadas, e no auxílio com este trabalho.

A Pedro Carrasco Sola, Jaqueline Barreto de Jesus, Roberto Sant'Ana e Marcelo Martínéz Hermida por me auxiliarem na busca de informações.

A todos os entrevistados, que cederam parte de seu tempo para auxiliar nesta reflexão.

Enfim, a todos meus professores, desde D. Lígia da alfabetização, até os que estão por vir, porque o aprendizado não acaba nunca.

INTRODUÇÃO

ESTE estudo visa investigar as relações entre a televisão e a cultura através da análise do percurso histórico de duas emissoras públicas: a *Televisión de Galicia* (TVG) – localizada na comunidade autónoma¹ da Galícia, na Espanha – e a Televisão Educativa da Bahia – situada no Estado da Bahia, no Brasil. Parte-se do pressuposto de que estas emissoras, pelo seu carácter público e pelo grande alcance da mídia televisiva no mundo atual, participam de maneira ativa na formatação e manutenção das identidades regionais.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2002), 89,9% dos domicílios do Brasil estão dotados de aparelhos televisivos. Já na Espanha, esse número chega a 99,5%, segundo o *Instituto Nacional de Estadística*² (INE, 2005). Isto indica que, devido à sua forte difusão entre a população, a televisão é o meio de comunicação que melhor exprime a sociedade contemporânea. Além disso, segundo o teórico Muniz Sodré (1984), esta mídia incorpora, não só as técnicas de reprodução desenvolvidas na modernidade, mas também todo o *ethos* moderno de organização da vida social.

O professor Arlindo Machado (2000) observa que o estudo da televisão – como o de qualquer outro meio de comunicação – pode ser realizado de duas maneiras distintas: considerando-a como fenômeno de massa de grande impacto na vida social moderna, que requer uma

¹ O Reino da Espanha é dividido politicamente em 17 comunidades autónomas, ou independentes, dentre elas a Galícia.

² Dados de 2003.

análise de cunho sociológico, ou como um dispositivo audiovisual que funciona como meio de expressão.

O presente trabalho conjuga essas duas acepções: não analisa o caráter meramente sociológico da TV, que resultaria em uma abundância de estudos baseados na sondagem de audiência, motivo pelo qual, “no geral, as abordagens sociológicas acabam coincidindo com as pesquisas mercadológicas” (MACHADO, 2000: 11). Tampouco interessa discutir a qualidade na televisão de maneira aprofundada, pois isto significaria uma abordagem demasiado ampla de aspectos alheios à pretensão deste trabalho.

Busca-se compreender, portanto, como a trajetória de uma emissora de televisão – esse importante aparato de intervenção cultural – interfere e sofre interferências da sociedade onde está localizada, e também sua participação no processo de formação e difusão de determinadas identidades. Para tanto, este estudo adquire um caráter interdisciplinar, com breves incursões em conceitos das ciências sociais, da história, e das teorias da comunicação.

Tomando as reflexões anteriores como apoio, propõe-se ampliar a discussão sobre a televisão pública no Brasil, orientada, principalmente, para a construção de gestões independentes e da qualidade de programação, devido à sua importância na divulgação de conteúdos de interesse público e na promoção da cultura regional. “A TV pública deve ser uma televisão que estabeleça uma sintonia entre as demandas de informação e de educação de cada comunidade local” (CARMONA, 2003: 12). Como a regionalização ainda é uma tendência em expansão no Brasil, este estudo visa questionar, através da investigação de uma realidade alheia à nacional, as soluções postas para os problemas destas emissoras.

Uma vez que a “cultura histórica pode ser definida (...) como uma articulação prática eficaz, operada pela consciência histórica na vida de uma sociedade” (MARTINS, 2002: 47), torna-se extremamente relevante conhecer a história das regiões a serem estudadas. O acompanhamento desta construção identitária, então, é realizado através da reconstituição de um percurso histórico que observa a influência do meio televisivo na configuração de um determinado contexto sócio-cultural.

Neste aspecto, é importante salientar uma série de pontos em comum que demonstram uma notável proximidade existente entre a Galí-

cia e a Bahia. Em primeiro lugar, são locais com demarcada identidade e cultura histórica, em relação ao país onde se encontram. Para além disso, marcas mais subjetivas expressam tal convergência, a exemplo da TVE e TVG surgirem em um contexto similar de abertura democrática, que as influencia no resgate de interesses regionais. Coincidentemente, estas duas emissoras são inauguradas no ano de 1985. Vale a pena assinalar, ainda, que o processo de implantação televisivo nas duas regiões se dá de maneira quase simultânea. Enquanto a televisão baiana é inaugurada em 1960, a primeira transmissão da *Televisión Española* no país galego ocorre em 1961.

Os caminhos trilhados no desenvolvimento deste projeto reproduzem as estratégias experimentadas na pesquisa “40 anos de Televisão na Bahia”, coordenada pela professora Lindinalva Rubim e desenvolvida desde agosto de 2000, com o objetivo de estudar a história da televisão baiana, com ênfase em seu caráter cultural. A participação neste grupo de investigação por quatro anos, num ambiente de discussão sobre comunicação, particularmente, sobre a televisão, indica a construção de estratégias de análise da história da TV e sua relação com a cultura, que são essenciais para a realização deste trabalho.

1 METODOLOGIA

Este trabalho se realiza em diversas etapas. A primeira delas consiste na delimitação e escolha do objeto de estudo: as relações entre televisão e cultura, através da análise de emissoras de regiões distintas do globo. Elaborar um conhecimento sistemático sobre a trajetória de duas TVs públicas e regionais, no caso em questão, a TV Educativa da Bahia e a *Televisión de Galicia* (TVG) – estimula a construção de novos parâmetros de reflexão para o questionamento da interferência do contexto histórico nos processos de comunicação.

Neste aspecto, a pesquisa “40 anos de televisão na Bahia” tem fundamental importância, no sentido de apurar o interesse e viabilizar a aproximação com a temática escolhida. Durante o período de participação no referido projeto, foi possível o cumprimento de um intensivo programa de leitura e a discussão de uma bibliografia referente à televisão, além de incursões por outras áreas do conhecimento de modo

a entender a trajetória desta mídia, sempre vinculada a um panorama interdisciplinar do conhecimento.

Partindo deste pressuposto original, mantido na realização do presente trabalho, é importante citar também como método de aproximação com o objeto: os seminários internos promovidos pelo grupo de pesquisa; a participação em fóruns externos de discussão, como o Seminário anual do PIBIC e da Redecult; e ainda, a produção de textos acadêmicos que, sem dúvida, servem para solidificar a percepção da televisão como tema central de estudo para este trabalho monográfico.

A inclusão da *Televisión de Galicia* é motivada pela grande singularidade da cultura galega, perante a nação espanhola, o que, em certa medida, é similar à situação baiana frente ao restante do Brasil. Também pesa sobre esta escolha o fato de tratar-se de uma emissora pública de participação ativa nas questões identitárias locais, como ocorre com a TVE. Com o propósito de investigar mais detidamente essa proximidade realiza-se uma viagem pelo Programa de Intercâmbio da UFBA para a Universidade de Santiago de Compostela, no território galego, no período de setembro de 2004 a junho de 2005.

No contato com a realidade galega, percebe-se a necessidade de desenvolver uma metodologia de análise diferenciada daquela que foi desenvolvida pela pesquisa no estudo da televisão baiana, posteriormente adotada por este projeto. Na Bahia, a inexistência de um material acadêmico rigoroso, com ênfase na história da TV, leva ao desenvolvimento de uma série de estratégias e mecanismos de modo a obter maiores informações sobre o assunto, diferente da Galícia, onde se encontra uma profusão bibliográfica centrada na história da televisão e sua relação com a cultura local, em especial, o idioma galego. Neste sentido a investigação naquele país priorizou sobremaneira como fonte, a produção acadêmica existente.

Para o estudo da Televisão Educativa da Bahia, são utilizados como fonte primária os jornais impressos que circulam em Salvador, desde a inauguração da TV Itapoan, em 1960, até o ano de 2000³. Adota-se como procedimento de trabalho, o levantamento de informações sobre a televisão em três datas: o dia de inauguração da emissora, o dia anterior e o dia posterior ao surgimento da mesma.

³ Diário de notícias (até 1981), Jornal A Tarde, Tribuna da Bahia, Correio da Bahia, Jornal da Bahia (até 1993) e Bahia Hoje (até 1997).

É importante ressaltar que o tratamento do material coletado também procura adotar alguns parâmetros a fim de preservar a fidedignidade da amostra pretendida. Assim, procede-se a leitura dos jornais, elegendo como objeto de análise as seguintes sessões: anúncios publicitários, notas, matérias, chamadas de capa e colunas. Em seguida, são arquivadas cópias das informações de maior destaque, além da programação diária das emissoras. Além desta fonte de informação, é realizada, uma série de entrevistas com pessoas que participam ou participaram da história da emissora, focalizando as discussões sobre televisão e cultura na Bahia. Servem também como instrumento de informação, parte dos relatórios anuais da TVE⁴; o *clipping* da biblioteca do IRDEB – com reportagens, matérias, artigos e entrevistas de diversos jornais e revistas –; e o material audiovisual da emissora, disponibilizado pela Videoteca do IRDEB.

Em relação à *Televisión de Galicia*, a coleta de informações é iniciada ainda no Brasil, através de pesquisa telematizada, em sites como a página web da *Companhia de Radio e Televisión de Galicia*⁵, do *Consello da Cultura Galega*⁶ e na Biblioteca do Centro Cultural Caballeros de Santiago. Nesta etapa, objetiva-se conhecer a história e cultura galegas. Sobre trajetória da TVG e sua relação com a cultura, os dados encontrados são esparsos, constando apenas o livro *Influencia da TVG na promoción do galego*, de Arturo Maneiro Vila, na referida biblioteca.

Durante estada em Santiago de Compostela, é feita a coleta de informações nas Bibliotecas da Faculdade de Comunicação da Universidade de Santiago de Compostela e do *Consello da Cultura Galega*, que possuem um vasto acervo sobre o canal galego de TV. Naquele período, são realizadas entrevistas com profissionais da emissora e estudiosos da história da televisão na Galícia.

Depois de coletado, o material passa por uma primeira apreciação exploratória, que indica o levantamento de nova bibliografia, agora concentrada na discussão de aspectos como identidade, representação, região e território, além da história da cultura nas sociedades pesquisadas.

⁴ São analisados apenas os materiais posteriores ao ano de 2000, marco da informatização.

⁵ <http://www.crtvg.es/cgi-bin/iniciocrtvg.asp?idioma=galego>

⁶<http://www.consellodacultura.org/>.

Cabe enfatizar, aqui, o aumento substancial de reflexões sobre a identidade baiana, traduzida por *baianidade* que circunscreve os territórios de Salvador e Recôncavo. No entanto, ainda são raras as referências relativas a outras regiões que não sejam àquelas especificamente vinculadas à cultura negra.

Desta maneira, a análise da trajetória destas emissoras é desenvolvida, priorizando-se as diferentes modalidades de relação com a sociedade local – seja no âmbito identitário-cultural, político, econômico, dentre outras orientações. Dedicase uma atenção especial aos fluxos de programação das TVs, com ênfase na temática regional.

2 TELEVISÃO, CULTURA E SOCIEDADE LOCAL

Para a realização desse trabalho é indispensável a busca por uma definição de cultura, a fim de tornar possível seu uso operacional. Apesar da multiplicidade de significados, a noção de cultura parece convergir, para uma visão antropológica contemporânea de “prática diferenciada regida por um sistema, que se entende como o conceito das relações internas típicas da realidade da produção, pelos indivíduos, do sentido que organiza as suas condições de coexistência com a natureza, com os próprios membros do seu grupo e com outros grupos humanos” (SODRÉ, *apud* MIGUEZ, 2002: 44).

Dessa forma, a cultura, ao abranger os elementos distintivos pelos quais cada indivíduo refere sua identidade pessoal ao conjunto de fatores que a definem (MARTINS, 2002: 43-44), remete às práticas de organização simbólica, de produção social de sentido e de relacionamento com o real.

Nesse estudo, particularmente, opta-se por analisar a cultura de duas regiões distintas, através da evolução de um meio de comunicação influente, como a televisão. Para melhor facilitar a compreensão do nosso objeto, cabe delinear os conceitos aqui utilizados para a classificação das emissoras de TV em seus diversos âmbitos, através de uma perspectiva legal⁷.

⁷ As informações foram obtidas no site do Ministério das Comunicações do Brasil (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, acesso em 20 mar. 2006) e através do Projeto de Lei para o audiovisual da Colômbia (PROYECTO DE LEY 149, 2002, acesso em 20 mar. 2006) .

No Brasil, a televisão – tecnicamente definida como comunicação eletrônica, com a transmissão de sons e imagens – é classificada como um serviço de radiodifusão, regido por leis próprias e considerado de interesse nacional. Trata-se, portanto, de um serviço público a ser prestado pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, ou concedido, mediante concorrência, à pessoa jurídica ou consórcio de empresas que tenham capacidade para seu desempenho (ALARCON, 2005).

Quanto à autorização da recepção, uma emissora de televisão pode ser:

- Aberta: o sinal pode ser recebido livremente por qualquer pessoa situada na área de serviço da estação
- Fechada: o sinal, independentemente da tecnologia de transmissão utilizada, alcança apenas as pessoas autorizadas para a recepção.

Quanto à propriedade podemos classificar a TV da seguinte forma:

- Pública: de programação e produção realizada por um operador público, para a promoção da cultura e da sociedade. Não possui fins lucrativos.
- Privada: de operação e programação realizada por uma empresa privada, com o objetivo de gerar lucros.
- Comunitária: controlada geralmente por fundações ou associações de moradores, visando satisfazer os anseios de uma determinada comunidade. Este tipo de emissora ainda é bastante rara no Brasil.

Em relação à programação, a emissora pode ser:

- Comercial: a programação destina-se apenas a atender os hábitos e gostos dos televidentes, visando o aumento de audiência e conseqüente geração de lucro;
- Educativa/Cultural: programação orientada, geralmente, para a satisfação das necessidades educativas e culturais da audiência;

- Retransmissora/repetidora: a programação oriunda de outros canais é retransmitida sem promover alterações. No Brasil a maior parte das emissoras regionais veicula os programas de uma rede nacional, produzindo localmente apenas parte de seus espaços.

No que se refere à área de serviço, a emissora é classificada em:

- Local: quando o serviço é prestado numa área geográfica contínua, sempre e quando esta não supere o âmbito de um município, distrito, área metropolitana ou associação de municípios;
- Regional: trata-se do sinal de TV que abrange uma área geográfica determinada, formada pelo território do estado, ou de alguma região do país;
- Nacional: quando o canal televisivo é autorizado a cobrir, de maneira permanente, todo o território nacional.

Além dessa breve incursão acerca das definições das emissoras de TV, faz-se necessária para a continuidade deste estudo, uma introdução sobre conceitos básicos a saber: região, território, identidade e representação, além da compreensão de como a atual conjuntura mundial os decompõe, molda e transforma.

2.1 Dos conceitos de território e região

As teorias da modernização inspiradas no estrutural-funcionalismo sustentam a tese de que a revolução dos meios de comunicação, os movimentos migratórios internacionais e a mobilidade territorial provocariam o fim do apego ao território, do localismo e do sentimento regionalista. A antropologia chamada “pós-moderna” (GEERTZ; CLIFFORD *apud* GIMÉNEZ, 2000), por sua vez, transfere essa discussão para as relações entre cultura e território, de maneira que a cultura “pós-moderna” torna-se, quase que por definição, uma cultura “desterritorializada” e “desespacializada”, resultado da globalização, do crescimento exponencial da migração e da deslocalização das redes modernas de comunicação.

O cientista social Gilberto Giménez (2000), no entanto, interpreta a globalização a partir do pressuposto de que este fenômeno obedece

a uma configuração que tem como base o núcleo dos estados-nações mais ricos do globo, mantendo um caráter territorial e perfeitamente “cartografável”. Para o autor, o que ocorre não é a desterritorialização, mas sim a onipotência dos países centrais sobre outros territórios. A mundialização, portanto, necessita dos territórios interiores – as regiões, por exemplo – como suporte e estação de relevo para sua expansão:

...los territorios interiores, considerados en diferentes escalas (v.g., lo local, lo regional, lo nacional, etc.), siguen en plena vigencia, con sus lógicas diferenciadas y específicas, bajo el manto de la globalización, aunque debe reconocerse que se encuentran ‘sobredeterminados’ por ésta y, consecuentemente, han sido profundamente ‘transformados’ en la modernidad (GIMÉNEZ, 2000: 89, grifo do autor)⁸.

Neste contexto, embora o território não mais represente uma condição necessária para a caracterização desta ou daquela identidade, o grande fluxo migratório, comunicacional e cultural não impede que os indivíduos mantenham um sentimento de pertença em relação à sua *terra mater*.

Em busca de uma compreensão da noção sociológica de território, Giménez (2000) opta pelo abandono da definição enciclopédica de ‘qualquer extensão da superfície terrestre habitada por grupos humanos’. Para tanto, toma relevo a apropriação do termo espaço – entendido aqui como uma combinação de dimensões, que são a matéria-prima de qualquer território – na eleição do conceito de território como um “espaço apropriado e valorizado – simbólica e/ou instrumentalmente – pelos grupos humanos” (RAFFESTIN *apud* GIMÉNEZ, 2000: 90, *tradução da autora*).

O território pode pluralizar-se segundo escalas historicamente constituídas desde o local até o supranacional, intermediadas por níveis – que não obedecem a uma lógica de continuidade, mas de imbricação

⁸ ...os territórios interiores, considerados em diferentes escalas (v.g., o local, o regional, o nacional, etc.), seguem em plena vigência, com suas lógicas diferenciadas e específicas, sob o manto da globalização, ainda que se deva reconhecer que se encontram *sobredeterminados* por esta e, consequentemente, foram profundamente transformados na modernidade (*tradução da autora*).

– como o município, a região, a província, a nação, etc. (GIMÉNEZ, 2000: 96).

Dentro desta constituição, o conceito de região destaca-se como o mais relevante para o prosseguimento deste estudo. Trata-se de uma abstração do que seria um espaço geográfico maior que uma localidade (um povoado, cidade ou vila, por exemplo) e menor que um Estado-Nação, cujos limites são desvinculados de demarcações político-administrativas, com fronteiras penetráveis. A região configura-se, portanto, como ponto intermediário entre territórios próximos ou identitários e territórios mais vastos (GIMÉNEZ, 2000).

Diante da dificuldade de precisar o conceito de região – que pode ser definido a partir de qualquer ângulo de diferenciação, seja ele econômico, político, cultural, antropológico ou histórico – mostra-se mais acertada a escolha pela tradição conceitual mais enraizada, a geográfica no sentido amplo, na qual o termo região seria a síntese entre os processos de formação social, econômico e histórico, baseados num certo espaço característico (OLIVEIRA, 1977).

Pierre Bourdieu (1989) observa que as ‘regiões’ delimitadas em função dos diferentes critérios concebíveis (língua, habitat, tamanho da terra, etc.) não coincidem perfeitamente.

...a ‘realidade’, neste caso, é social de parte a parte e as classificações mais ‘naturais’ são, em grande parte, produto de uma imposição arbitrária, quer dizer, de um estado anterior da relação de forças no campo das lutas pela delimitação legítima. A fronteira, esse produto de um acto jurídico de delimitação, produz a diferença cultural do mesmo modo que é produto desta (BOURDIEU, 1989: 115).

Trata-se, pois, de uma realidade que é uma representação, ou seja, de uma imposição que passa a ser absorvida pela sociedade até ser considerada uma ‘di-visão’⁹ natural. Desta forma, essa separação, ainda que imposta arbitrariamente, pode vir a gerar um fosso – seja ele político, lingüístico ou cultural – entre as regiões envolvidas.

⁹ A grafia “di-visão” utilizada por Pierre Bourdieu visa dar ao termo o significado – além do seu próprio de divisão como quebra, separação – de uma visão dupla, um surgimento de pontos de vista distintos.

Para Gilberto Giménez (2000: 93), a apropriação de um determinado espaço pode ser classificada – tendo como ponto de partida o uso e as relações sociais – como instrumental-funcional ou simbólica-expressiva. Em uma primeira instância acontece a relação utilitária com o lugar, ou seja, o território corresponde às necessidades econômicas sociais e políticas (como em casos de mera exploração econômica ou de obtenção de vantagens geopolíticas). Essa produção, entretanto, costuma sustentar-se nas relações sociais, de maneira que o território vem a se conformar também como espaço de sedimentação simbólico-cultural e como suporte para identidades individuais e coletivas.

Ainda segundo Giménez (2000: 100-102), são de três tipos as relações possíveis entre cultura e território. Em uma primeira dimensão, o próprio território como meio natural antropizado torna-se um bem cultural, um elemento a mais de inscrição da cultura para determinada sociedade. O território também pode funcionar como área de distribuição de instituições e práticas culturais espacialmente localizadas, ainda que não dependentes dessa ligação espacial – como maneiras de vestir, a culinária local, as festas e danças típicas – traços denominados *cultura etnográfica*. Por fim, o território pode ser apropriado como objeto de representação e apego afetivo e, sobretudo, como símbolo de pertença socioterritorial. Neste caso os sujeitos (individuais ou coletivos) interiorizam o espaço integrando-o ao seu sistema cultural. Assim, ainda que haja o distanciamento físico, não há uma desterritorialização em termos simbólicos e subjetivos.

2.2 Representação e identidades

O conceito de representação social foi desenvolvido na Psicologia Social, disciplina que estuda a relação entre o indivíduo e a sociedade. Durkheim (*apud* GUARESCHI, JOVCHELOVITCH, 1995) foi o primeiro estudioso, no campo sociológico, a discutir representações sociais ou coletivas, definindo-as como categorias de pensamento através das quais determinada sociedade elabora sua realidade. Estas construções coletivas geram uma identificação do indivíduo com a sociedade, a partir dos processos de constituição simbólica.

Nesse contexto, os significados que surgem no novo mundo das representações, inicialmente extraídos dos aspectos sociais, terminam por

modificar a própria sociedade que as constroem. “As representações sociais emergem desse modo como processo que ao mesmo tempo desafia e reproduz, repete e supera, que é formado, mas que também forma a vida social de uma comunidade” (GUARESCHI e JOVCHELOVITCH, 1995: 82).

Pierre Bourdieu, no livro “O Poder Simbólico” (1989: 118), define as representações como “enunciados performativos que pretendem que aconteça aquilo que enunciam”. Trata-se de uma luta travada com o objetivo de se definir a realidade. Assim, a *representação da realidade* – se reconhecida e exercida com a cumplicidade dos que a ela estão submetidos – passa à *realidade da representação*.

Para uma melhor apreensão da “realidade”, no percurso deste estudo, faz-se necessário que se considere a existência do efeito simbólico, exercido pelo discurso científico, tendo em vista que os critérios ditos “objetivos” podem ser utilizados como arma nas lutas simbólicas pelo (re)conhecimento na produção de uma unidade real ou da crença nesta unidade.

São os fenômenos sociais de representação que formam o que se chama identidade. A sua força mobilizadora, segundo Bourdieu (1989), encontra-se na alteridade. Narrado através dos tempos, o texto identitário visa diferenciar um determinado povo, o “eu”, em relação ao seu “outro”. Para Renato Ortiz (1994: 08), “não existe uma identidade autêntica, mas uma pluralidade de identidades, construídas por diferentes grupos sociais em diferentes momentos históricos”.

Por outro lado, há uma dimensão interna própria de cada identidade, pois à medida que se afirma e se concebe a diferença, surge a necessidade de demarcação do que seria esse “eu”. Ainda que não se possa ignorar que “a luta pela definição do que seria uma identidade autêntica é uma forma de se delimitar as fronteiras de uma política que procura se impor como legítima” (ORTIZ, 1994: 09), não há veracidade ou falsidade em sua produção, já que toda identidade é uma construção simbólica.

O período da pós-modernidade, segundo Stuart Hall (1999), complexifica as questões identitárias a partir do momento em que o sujeito, antes visto como possuidor de uma identidade única e estável, torna-se fragmentário, possuidor de diversas identidades, muitas vezes contraditórias e não resolvidas.

... à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos, temporariamente (HALL, 1999: 13).

O conceito de identidade, então, adquire o caráter de processo contínuo de formação e transformação, relacionado à forma em que os sujeitos são representados ou interpelados nos sistemas culturais que os rodeiam.

2.2.1 Identidade Territorial

Para a formação da identidade, é imprescindível a existência do sentimento de pertença a uma coletividade múltipla. Desta forma, a relação identitária entre indivíduo e território se dá, principalmente, a partir do *sentimento de pertença socioterritorial*, ou seja, do compartilhamento do complexo simbólico-cultural caracterizado pelo sentido territorial. O território ao tornar-se mais um componente desse sentimento, desempenha um importante papel para o contexto da ação e das relações humanas (GIMÉNEZ, 2000).

Para o teórico Nestor García Caclini (1999), após longos períodos de desvinculação do território, surge uma demanda de maior afirmação do local, contra a supremacia da massificação. Os meios de comunicação representam um importante papel, neste processo.

Simultaneamente à desterritorialização das artes, há fortes movimentos de reterritorialização, representados por movimentos sociais que afirmam o local e também por processos de comunicação de massas: rádios e televisões regionais, criação de micromercados de música e bens folclóricos, a “desmassificação” e a “mestiçagem” dos consumos engendrando diferenças e formas locais de enraizamento. (CANCLINI, 1999: 170)

A persistência das identidades locais e nacionais, porém, depende da inserção em um processo de comunicação que se estabelece através

de circuitos de produção, comunicação e apropriação da cultura. Trata-se de um relato construído e reconstruído incessantemente por diversos atores e poderes, que, entretanto, possuem condições de intervenção desiguais.

Essa nova configuração global promove o enfraquecimento da identificação com a cultura nacional, reforçando outros tipos de laços culturais, de maneira que “as identidades nacionais permanecem fortes, especialmente no que diz respeito a manutenção dos direitos legais e da cidadania, mas as identidades locais, regionais e comunitárias têm se tornado mais importantes (HALL, 1999: 73). Assim, estas identificações, que podem ser definidas como “globais”, começam a deslocar e até mesmo apagar as identidades nacionais.

Trata-se, enfim, do advento da *Idade Mídia*¹⁰, quando o global e o local se encontram e se mesclam de maneira tal que,

em verdade, o mundo contemporâneo, em íntima conexão com a comunicação e sua versão midiática, deve ser formulado como “glocalidade”, isto é, como conjunção, tensa, entre fluxos culturais locais e globais, possibilitando, dentre outros procedimentos, pela comunicação midiaticizada. (RUBIM. A., 2000a: 75)

No atual contexto de globalização econômica e mobilidade social, as identidades territoriais mantêm sua relevância, ainda que sob formas modificadas e segundo novas configurações. O território perde seu caráter totalizador – até então ostentado nas sociedades tradicionais – e tende a fragmentar-se, tornando-se multifocal e puntiforme. O apego territorial assume um valor simbólico-expressivo e uma carga emocional, sem que haja a necessidade da mediação de convivência física e pertinência a uma comunidade local, do ponto de vista normativo.

Nesse processo, existem ainda outros meios de legitimar e difundir as identidades territoriais. Considerando a importância da televisão na sociedade contemporânea, é indispensável uma incursão nos aspectos

¹⁰ Chamamos de Idade Mídia a sociedade contemporânea estruturada e ambientada pela comunicação. In Rubim A. *A contemporaneidade como Idade Mídia*. Disponível em: <http://www.interface.org.br/revista7%5Censaio2.pdf>.

determinantes para sua condição de participante nos processos identitários.

2.2.2 Televisão e Identidade Regional

A análise da Televisão Educativa da Bahia, no Brasil, e da *Televisión de Galicia* (TVG), na Espanha, parte do pressuposto de que a televisão – pelo seu amplo poder de alcance – possui hoje um papel extremamente significativo para a vivência e convivência dos indivíduos. A TV caracteriza-se como um poderoso aparato do sistema tecnológico da *Idade Média* vivida atualmente, quando perde o seu caráter de mero transmissor de mensagens e alcança o *status* de formatador da própria realidade. Dessa forma, este meio de comunicação adquire importância para a difusão e manutenção da identidade no contexto contemporâneo.

Ao transformar a representação em realidade, a televisão remete à idéia de telerrealidade:

A mídia, ao consumir um espaço eletrônico em rede, povoado de televidências em abrangência globalizante, em verdade, constrói uma outra e nova dimensão constitutiva da sociabilidade contemporânea, a qual sugere denominar de telerrealidade (Rubim, 2000: 40).

Trata-se da produção de uma realidade espaço-temporal inovadora, que possibilita ao indivíduo a relação instantânea com o mundo, através da TV. Para o jornalista e professor Eugênio Bucci, “A Televisão não mostra lugares, não traz lugares de longe para muito perto – *a Televisão é um lugar em si*. Do mesmo modo, ela não supera os abismos de tempo entre os continentes com suas transmissões na velocidade da luz: *ela encerra um outro tempo*” (BUCCI e KEHL, 2004: 31. *grifos do autor*).

Assim, esta mídia assegura o registro no simbólico como pré-requisito para o real de maneira que o real só é admitido como argumento após sua absorção pelo simbólico. Só é verdadeiro o que adquire visibilidade. Daí a assertiva de que “o que não aparece na TV, não acontece de fato” (BUCCI e KEHL, 2004: 33).

Em relação à importância da TV para a identidade regional, Nestor García Canclini (1999) observa que, durante a primeira metade do século, o rádio e o cinema emergem como colaboradores na organização

dos relatos da identidade e do sentido de cidadania nas sociedades nacionais. A partir do seu surgimento e expansão como meio de comunicação de massas, a TV torna-se mais um agente das inovações tecnológicas, sensibilizando a população para o uso de aparelhos eletrônicos e para a liberalização dos costumes com um horizonte mais cosmopolita. Ao mesmo tempo, há uma unificação de padrões de consumo com uma visão nacional, tendo em vista que os meios pertenciam predominantemente aos capitais nacionais.

Na década de 80, porém, com a abertura da economia dos países aos mercados globais e aos processos de integração regional reduz o papel das culturas nacionais. A transnacionalização das tecnologias e da comercialização de bens culturais diminui a importância de referentes tradicionais, de maneira que a associação exclusiva a uma comunidade nacional deixa de ser o principal definidor da identidade (CANCLINI, 1999).

Nesse contexto, a televisão interliga-se a um emaranhado de identidades a serem desenvolvidas:

Múltiplas possibilidades de identidades emergem com força em tempos de globalização – ou melhor, de glocalização, porque conjugando fluxos e estoques globais e locais, colocados em contato e negociação pelas redes de comunicação contemporâneas. (Rubim, A. e RUBIM, L., 2004:26).

Em outras palavras, a televisão, que paradoxalmente vem a ser considerada como “instrumento de comunicação geralmente utilizado numa perspectiva de ‘desnacionalização’” (WOLTON, 1996: 280), pode tornar-se um importante recurso para a construção dos projetos identitários na contemporaneidade numa co-produção com os processos culturais – artísticos, históricos, políticos, etc.– de determinada região.

No Brasil, pela incipiência da Televisão regional, são muito poucos os estudos que se debruçam sobre o tema. Para definir o conceito de televisão regional, portanto, faz-se necessário recorrer à tradição europeia. O teórico catalão Bernat López (1998) a define como referente

a las actividades televisivas de cobertura específica y deliberadamente regional (inferior al ámbito localmunicipal), tanto en sentido geográfico como periodístico (contenidos).

*En la tradición europea, “televisión regional” se refiere preferentemente a las emisiones desconectadas de los centros regionales pertenecientes a cadenas estatales (generalmente públicas)*¹¹ (LÓPEZ, 1998: 07).

Com a proliferação de TVs independentes de caráter regional, na Europa dos anos 1980 e 90, essa definição é considerada pejorativa, sendo preterida em prol da noção de televisão de proximidade, utilizada para emissoras que se dirigem, fundamentalmente, a uma comunidade humana de tamanho médio a pequeno, delimitada territorialmente, com conteúdos relativos à sua experiência cotidiana, suas preocupações e problemas, seu patrimônio lingüístico, artístico, cultural e sua memória histórica (LÓPEZ, 1998).

No Brasil, ao contrário do que ocorre na Europa, a televisão regional independente não é um fenômeno comum, sendo mais característico a existência de emissoras afiliadas a redes nacionais, com parte da programação produzida localmente (SIMÕES, 2005). Desta forma, tanto a definição de televisão regional, como a de televisão de proximidade, parecem apropriadas para ambas as emissoras estudadas.

É parte das atribuições das emissoras públicas estaduais e municipais a contribuição na legitimação e difusão das identidades locais. Desta forma, as duas televisões estudadas possuem um compromisso com as sociedades onde estão localizadas e devem orientar-se à promoção da cultura regional, através de suas políticas. Contudo, no processo de formação identitária, também toma relevo fatores como o contexto histórico de desenvolvimento da sociedade estudada e sua conformação sócio-cultural.

2.2.3 Identidade baiana e Baianidade

A identidade baiana, construída ao longo dos séculos, adquire na atualidade uma conformação de um “arranjo tecido de familiaridade, religiosidade e sensualidade, reunindo os elementos mais díspares, em

¹¹ às atividades televisivas de cobertura específica e deliberadamente regional (inferior ao âmbito local-municipal), tanto em sentido geográfico como jornalístico (conteúdos). Na tradição europeia, “televisão regional” diz respeito, preferentemente, às emissões desconectadas de centros regionais pertencentes a redes estatais (geralmente públicas) (tradução da autora).

um sistema que se baseia justamente na adjacência do desigual, dita de forma não problemática (MOURA, 2000: 10)”.

Assim, mesmo tratando-se de uma representação – para baianos e não-baianos – a dita *baianidade*, expressa pela mídia, vendida aos turistas e convertida localmente em realidade, não chega a traduzir o complexo identitário do estado (e região) da Bahia, em sua totalidade. Do sertanejo e sua cultura cabocla, aos remanescentes dos garimpos da Chapada Diamantina, passando pelos indígenas, etc., as múltiplas identidades são reduzidas ao que seria a identidade eminentemente afro-lusitana do litoral, Recôncavo e, principalmente, da capital, Salvador.

O historiador e antropólogo, Antonio Risério, em seu livro “Uma história da cidade da Bahia” (2004), busca desvendar o momento em que os brasileiros – com exceção dos indígenas – são considerados baianos, e não lusitanos ou africanos. Para tanto, faz uso de acontecimentos históricos que antecedem inclusive o reconhecimento do Brasil como nação.

Em 1602, quando membros da Ordem de São Bento [na Bahia] propuseram admitir noviços pertencentes à ‘gente brasiliense de nação’, a iniciativa foi sumariamente rejeitada. O que interessa neste episódio é, em primeiro lugar, a desconfiança dos beneditinos nas habilidades dessa ‘gente’, mas também o fato de que essas pessoas de origem mista eram definidas pelo lugar em que haviam nascido, no caso, o Brasil, e que esse lugar estava sendo usado como critério para definir sua etnicidade. Este é o primeiro momento, tanto quanto me é dado entender, em que se considera o fato de se ter nascido no Brasil como elemento que define a identidade e como elemento precursor da nacionalidade (SCHUARTZ *apud* RISÉRIO, 2004: 425).

Para o antropólogo Darcy Ribeiro (*apud* RISÉRIO, 2004), os mestiços brasileiros – mamelucos e mulatos – etnicamente pertencem a uma terra de ninguém, durante o período da colônia, por não serem índios, europeus, ou negros africanos. A fim de fugir dessa “ninguendade”, eles se vêem impelidos a criar uma identidade étnica até então inexistente: a brasileira. Por sua vez, os brancos, ou quase brancos, pertencentes à

elite do país, consideram-se portugueses, pois as terras brasileiras são propriedade do Reino de Portugal.

A Bahia, por sua vez, ainda que sob o jugo de uma forte hierarquia, não prima pelo *aparteísmo*. As relações sociais locais são em sua maioria marcadas por uma informalidade tal que choca os viajantes europeus oitocentistas. Com amplos espaços de convívio, negros e mestiços podem engendrar mundos culturais paralelos e nutrir-se do circuito de idéias e crença da cultura “erudita”.

De lance em lance, de trama em trama, esses mestiços foram se sentindo, mais e mais genuinamente, filhos da terra em que de fato haviam nascido. Como rebentos da Bahia. E por esses caminhos foi principiando a se configurar, entre nós, um povo (RISÉRIO, 2004: 436).

Naquela época, a percepção global de país, existe apenas para a metrópole, já que, localmente, não se vislumbra a idéia de Brasil como nação e da existência um povo brasileiro. Essa situação começa a modificar-se apenas com a chegada de Dom João VI e sua corte para o Rio de Janeiro em 1808, fugidos das tropas de Napoleão. Nesta ocasião, criou-se uma situação atípica em que a metrópole tem de curvar-se à colônia, então sede do império português. Como consequência, a Revolução Constitucionalista do Porto pede a independência das terras do Brasil, em 1820 (RISÉRIO, 2004).

A proclamação da independência, em 07 de setembro de 1822 ocorre de maneira pacífica em todo o país, com exceção da Bahia. Os lusitanos instalados no Estado recusam-se a reconhecer a independência, entrando em guerra contra os nativos. Com a vitória baiana, em 02 de Julho de 1823, é criado um dos maiores símbolos de identidade no Estado: a festa de Dois de Julho. As comemorações pela independência da Bahia, se caracterizam por um tradicional desfile, cujo ponto culminante é a passagem do “caboclo”¹². O evento também é realizado em muitas cidades do interior do estado, como é o exemplo de Lençóis, ainda que não se tenha registro da participação daquela região na guerra – restrita a Salvador e Recôncavo (*Idem, Ibidem*).

¹²As comemorações baianas do Dois de Julho não possuem como centro a figura de nenhum monarca ou da família real e sim da figura nativa do “caboclo”, legítimo representante dos baianos que lutaram pela independência da Bahia.

Uma identidade baiana de fato se conforma somente entre o final do século XIX e início do XX. A proibição do tráfico negreiro, por volta de 1850, promove a redução substancial da chegada dos africanos, o que contribui para a incorporação à sociedade baiana, dentro de algumas décadas, dos negros que aqui se encontram.

Com a letargia econômica que toma conta da região nordeste, assolada pela seca e pelas arraigadas desigualdades sociais, na primeira metade do século XX, é dada a largada para o processo migratório em direção ao sudeste do país em busca de melhores condições de vida. Este êxodo torna-se a mola propulsora do “estigma”¹³, em relação aos nordestinos, de ignorantes e inaptos para o trabalho, criado na região sul e sudeste.

Já os negros e mestiços da Bahia, mesmo pertencendo ao grupo estigmatizado, se diferenciam, em parte, dos outros migrantes do nordeste, na medida em que são vistos como povo exótico, dotado de certa realceza, de um ritmo próprio – que veio a gerar o samba –, além de possuidor de grande autoridade em relação às religiões afro descendentes e de uma beleza e luxúria peculiar (MOURA, 2000).

Em síntese, a identidade baiana conforma-se a partir de uma matriz histórica tanto como resposta a um estigma, quanto pelo reconhecimento da alteridade em relação ao outro. O povo da Bahia é caracterizado – por artistas, estudiosos, intelectuais e pelos próprios baianos – como possuidor de uma sensibilidade específica, marcada pela ludicidade, pela musicalidade e pela disposição de aproximar a produção simbólica da vida cotidiana.

A *hibridização*¹⁴ predominantemente afro-lusitana concorre para uma representação caracterizada pela familiaridade nas relações pessoais, que vai de encontro à desigualdade social e evita o estranhamento radical; a religiosidade, peça-chave na conformação dos falares baianos, devido à grande tradição oral das religiões africanas que acrescentam

¹³ Segundo Pierre Bourdieu (*apud* REBOREDO, 2000: 228), os grupos estigmatizados, aos que são atribuídas uma “pertença” determinada a partir de propriedades desqualificadoras que constituem a identidade social, vêem-se fechados numa categorização que os obriga a destacar o mais positivo da visão oferecida pelos outros a fim de conseguir uma classificação minimamente favorável.

¹⁴ Canclini (1999) se refere à hibridização como um processo de apropriação, pelos diferentes grupos, de elementos de várias sociedades. Essa apropriação se dá de maneira desigual, através da combinação e transformação das diferentes culturas.

inúmeros vocábulos ao idioma português; e a sensualidade: Salvador como pólo feminino e negro, com ritmos e comida exóticos, objeto de desejo do homem branco e mais recentemente dos turistas e forasteiros (MIGUEZ, 2002).

É um texto *construído*, sim, posto que é *texto*, para isto concorrendo o trabalho de um sem número de artistas e escritores, como Jorge Amado e Dorival Caymmi, entre os nativos, e muitos outros, incluindo alguns que muito pouco estiveram em Salvador, como Carmem Miranda e Ari Barroso. E construído também pelos diversos setores do empresariado do turismo e pelas elites que vêm ocupando o governo estadual e o municipal quase ininterruptamente desde os anos sessenta, que souberam captar e reelaborar o capital simbólico da baianidade na forma de uma propaganda que, ao mesmo tempo, apresenta a Bahia como sede da fruição tropical e moradia de um povo feliz. (MOURA, 2001: 09)

A identidade baiana, porém, não tem origem nesse momento, e sim adquire nova formatação, na qual as características convenientes, tanto para o fomento do turismo, quanto para o grupo político que dirige o estado há cerca de trinta anos, são enfatizadas e reafirmadas. O “Produto Bahia” aparece, então, nessa nova perspectiva, com o turismo intensificando as relações com o campo cultural através das estratégias de *marketing* da BAHIATURSA, que oferecem, dentre seus bens simbólicos, festas tradicionais baianas e manifestações *pop* modernas, direcionados não só ao público local, mas também a um consumidor externo. Daí a definição de Bahia “*for export*”.

A essa imbricação do Turismo com um mercado da cultura que se vai consolidando na cidade de forma crescentemente subordinada a uma lógica de indústria cultural, comparecem, como é óbvio, a comunicação midiática e a cultura midiática, já presentes no território baiano. E comparecem, não exatamente como novidades, uma vez que, desde os anos 1970 as ações de *marketing* da BAHIATURSA viam se utilizando largamente das possibilidades abertas

por estes dois campos, em especial, recorrendo às técnicas do *merchandising* televisivo (MIGUEZ, 2002: 252).

A televisão, ao acompanhar os fluxos em prol da valorização do local, cumpre um papel importante na formatação de uma nova identidade baiana. Neste projeto, destaca-se a TV Bahia, emissora pertencente à família do senador Antonio Carlos Magalhães e retransmissora da programação da Rede Globo de Televisão. Os motivos da adesão à concepção, principalmente governamental, de *baianidade*, são diversos. Entre eles, sobressai a emergência contemporânea de uma regionalização que promova identificação com o público. Interessa à Rede Bahia – grupo empresarial ao qual a emissora pertence –, não só o desenvolvimento do Estado, como a manutenção do *status quo* baiano que a beneficie através da participação e apoio às suas mais variadas propostas, além da extensa publicidade veiculada.

A Televisão Educativa da Bahia, por sua vez, se preocupa em promover a identidade baiana de forma mais ampliada. Em sua programação, além da ênfase em aspectos como a cultura afro-baiana – as religiões, as festas, a capoeira, a música, etc. – verifica-se o destaque de manifestações culturais de outras regiões da Bahia “com sua variedade de tecidos antropológicos e sua diversidade de processos civilizatórios” (MIGUEZ, 2002: 23).

A TVE se caracteriza pela difusão de uma nuance da cultura baiana que se diferencia, de certa forma, da cultura tradicionalmente promovida pelos meios de comunicação baianos hegemônicos e campanhas voltadas para o turismo. A Bahia exibida pela emissora, embora expanda seu raio e atuação por diversos modos de ser baianos, não avança no sentido de enfatizar possíveis tensões e conflitos. Apenas são priorizados os aspectos festivos de um estado berço de culturas, com suas tradições, ritos, danças e folguedos.

Através das mais diversas contribuições culturais, midiáticas, políticas artísticas e históricas, a identidade baiana se forma e se estabelece. Também na Galícia o processo de constituição da identidade funciona com bastante eficácia, ainda que de maneira diferenciada da baiana, devido à sua grande antecedência histórica e ao peso de manifestações da cultura regional como o idioma, que desde a formação da nação espanhola, sofreu períodos de repressão e constante desvalorização por parte do poder central.

2.2.4 Desde a Gallaecia até a Galeguidade¹⁵

Como a identidade é um construto frequentemente submetido aos processos históricos, o estudo da identidade galega se volta à busca das bases de formação do que se convencionou chamar Galícia. Nesse sentido, a noção de território faz-se presente, tendo em vista que os grupos étnicos originários da velha Europa, salvo raras exceções, contam com um referente territorial definido de maneira relativamente precisa (REBOREDO, 2001).

No período castro-romano, são abundantes as referências à *Gallaecia* – grande região que abarca os territórios onde hoje estão as comunidades espanholas da Galícia, León e Astúrias, além de Portugal. Seus habitantes são batizados pelos romanos como galaicos e ástures (GONZÁLEZ REBOREDO, 2001). Entre os séculos VIII e XI, o termo ‘Galícia’ passa a ser aplicado a um território de fronteiras semelhantes às atuais, de modo que esta definição deixa de ser meramente administrativa para cobrir-se de significado geográfico, político, populacional e antropológico (PÉREZ, *apud* GONZÁLEZ REBOREDO, 2001).

A partir do século XI, tênues e sucessivas divergências geram as divisões de território responsáveis pela atual configuração. Desde que se perfila o condado de *Portus Cale*, entre o Rio Minho e o Mondego, inicia-se um processo de distanciamento, tanto político como cultural, entre o norte e o sul do velho território dos *galaicos*. No século XII, essa divisão já aparece consolidada. Em documentos do período, o Rio Minho aparece como um marco fronteiro entre Portugal e Galícia, como nos dias de hoje (GONZÁLEZ REBOREDO, 2001).

Além do traço territorial, também o idioma pode ser considerado um acentuado demarcador de uma identidade específica. Mesmo que o galego – língua derivada do antigo tronco *galaico-português* – não se restrinja unicamente às fronteiras da Comunidade Autónoma, sua permanência e conservação tornam-se um ponto a mais de reafirmação identitária.

¹⁵ O termo Galeguidade é escolhido como representante da “identidade galega” após verificação de seu uso por estudiosos do tema (REBOREDO; BARAMENDI, 2000; 2000) e, principalmente, porque guarda similaridades com o termo local *baianidade*. Além disso, trata-se do título de um programa da *Televisión de Galicia*, que aborda a temática da imigração, tendo sido o primeiro a ser emitido regularmente via satélite pela TVG, em dezembro de 1994.

Desde a primeira metade do século XII, são encontrados registros da existência de seres humanos denominados como “galegos” em contração a outros, chamados portugueses, leoneses, castelhanos¹⁶, etc. Dentre as fontes utilizadas para tal assertiva, destaca-se a *Historia Compostelana*, escrita por religiosos vinculados à Igreja do apóstolo Tiago, durante o período de influência de um dos personagens mais destacados da história galega, o arcebispo Xelmírez (GONZÁLEZ REBOREDO, 2001).

No entanto, de acordo com o antropólogo galego, Justo G. Beramendi (2001), em seu texto “*Os usos ideolóxicos da etnicidade. Comparación dos nacionalismos galego e español*”, a primeira consciência nacional surgida na Galícia é a espanhola e não a galega, embora seja evidente a diferença entre língua, costumes, cultura popular, etc., dos habitantes da comunidade autônoma, e das outras unidades históricas da Coroa, no final do século XVIII. Esse fato se deve à grande castelhanização dos grupos sociais superiores galegos que, desde o século XVI, não assumem a identidade regional, comumente vinculada às classes médias e pobres e aos camponeses.

Esta valencia de marcador social negativo intensificáranse aínda máis no decurso do século XIX, coa introdución e xeneralización, aínda que deficientes, dos mecanismos de nacionalización e socialización en clave española do estado liberal e tamén coa orientación da emigración cara a tantos outros territorios do propio Estado como a países de lingua e cultura oficial orixinariamente castelás. Isto fará que, paradoxalmente, a etnicidade galega funcione ó contrario, como poderoso inhibidor da implantación social ampla de calquera idea de nación galega centrada precisa-

¹⁶ Os castelhanos são as pessoas originárias da província da Castela, na Espanha. Essa denominação passa a indicar, pela centralidade da província nos acontecimentos históricos, o idioma espanhol e os espanhóis em geral.

*mente nas peculiaridades etnolingüísticas*¹⁷ (BERAMEN-
DI, 2001: 298).

A identidade pré-nacional espanhola é fruto de uma série de ações em prol da unificação, desde o período do chamado Antigo Regime¹⁸, dentre as quais, a generalização do castelhano nos usos públicos e intelectuais, com a imposição do ensino do idioma e a proibição de que se publiquem livros em outras línguas; a uniformidade religiosa em torno do catolicismo; e a extensão das instituições políticas e de direito público à maior parte dos territórios da monarquia. Em relação ao exterior, a aparição dos estados modernos e a constância de confrontos com outros estados na Europa e América provocam a propagação de estereótipo pré-nacionais na Europa dos séculos XVI-XVIII (BERAMEN-
DI, 2000).

Apesar de todas estas medidas, as identidades não castelhanas presentes na Espanha sobrevivem com bastante força. Isso se deve ao carácter pluriétnico e à grande diversidade territorial das instituições do país, principalmente em relação aos idiomas e aspectos materiais e simbólicos das regiões. Já a religião, sempre católica, aparece como uma exceção nesse contexto. Assim, pode-se afirmar que

existían numerosas identidades étnicas en sentido estricto, cun maior o menor grao de extensión social respecto da etnicidade castelá, que era a de referencia para o protonacionalismo español. (...) Pero é moi significativo que nin a etnicidade, nin as peculiaridades institucionais previas, nin

¹⁷ Esta qualidade de marcador social negativo se intensificará ainda mais no decurso do século XIX, com a introdução e generalização, ainda que deficientes, dos mecanismos de nacionalização e socialização fundamentalmente espanhola do estado liberal e também com a orientação da emigração a tantos outros territórios do próprio Estado, como a países de língua e cultura oficial originariamente castelhanas. Isto fará que, paradoxalmente, a etnicidade galega funcione ao contrário, como poderoso inibidor da implantação social ampla de qualquer idéia de nação galega centrada precisamente nas peculiaridades etnolingüísticas (tradução da autora).

¹⁸ Antigo Regime é o termo utilizado pelos revolucionários franceses para designar os sistemas monárquicos de modelo similar ao francês, antes da revolução de 1789. Na Espanha, este sistema de governo – que se origina na Idade Média e é caracterizado pelo poder absoluto do rei e divisão da sociedade em estamentos – perdura até o início do século XIX.

*a suma de ámbolos dous factores sexan no futuro condicións suficientes, mais si necesarias, para o desenvolvemento dun nacionalismo alternativo ó español. Como sabemos, isto só ocorrerá en Cataluña, País Vasco e Galicia antes da Guerra Civil*¹⁹ (BERAMENDI, 2001: 290).

Durante as guerras napoleônicas (1808-1814), que submetem a Espanha ao poder de um imperador estrangeiro, duas correntes nacionalistas – uma de continuísmo e colaboração com o regime francês e outra que implica a mutação do protonacionalismo ao nacionalismo liberal espanhol – adquirem particular relevância e se sobrepõem às identidades regionais. Com a derrota francesa, o nacionalismo liberal ganha força, através da legitimidade do novo sistema, e utiliza como base para sua expansão uma vasta historiografia “espanholizadora”. A língua castelhana é novamente promovida como instrumento de nacionalização (BERAMENDI, 2001).

A consolidação do estado liberal moderno, em meados do século XIX, gera uma situação contraditória: ainda que a identidade nacional espanhola fosse monopólica em todo o território do Estado, as identidades chamadas étnicas se reforçam e começam a ser utilizadas em revivais ideológicos-culturais, incluindo o galego. Condicionado pelo processo político no estado espanhol, surge o *galeguismo*, movimento que possui três etapas: o “provincialismo”, de 1840 a 1885; o “regionalismo”, de 1885 a 1915, e o “nacionalismo” de 1916 em diante (OBELLERIO, 1997).

Na fase “provincialista”, o *galeguismo* baseia-se principalmente na exaltação da Galícia e de seu povo, em protesto ao estigma imposto pelos castelhanos. Não se verifica, ainda, a assunção de uma Galícia dotada de nacionalidade própria. A publicação do livro *Cantares gallegos*, de Rosalía de Castro, em 1863, impulsiona o “*Rexurdimento Literário*”, ou seja, o ressurgimento de uma literatura no idioma galego,

¹⁹ Existiam numerosas identidades étnicas, no sentido estrito, com maior ou menor grau de extensão social voltada à etnicidade castelhana, que era a de referência para o protonacionalismo espanhol. (...) Porém, é muito significativo que nem a etnicidade, nem as peculiaridades institucionais prévias, nem a soma de ambos os fatores sejam, no futuro, condições suficientes, mas sim necessárias, para o desenvolvimento de um nacionalismo alternativo ao espanhol. Como sabemos, isto só ocorrerá na Catalunha, País Basco e Galícia antes da Guerra Civil (tradução da autora).

acompanhado pela afirmação de uma historiografia regional e pela tentativa de consolidação do jornalismo impresso em galego (*Idem, ibidem*).

Já o “regionalismo” tem Manuel Murguía, como principal expoente. Trata-se de um período formado por diversas correntes ideológicas que possuem em comum a crença da Galícia como uma nacionalidade com direito a recuperação e defesa de seus sinais de identidade culturais e lingüísticos e a autonomia política. A fase “nacionalista”, por sua vez, conta com o intelectual Vicente Risco como ideólogo e busca a essência da nacionalidade galega na etnicidade e na exaltação de um modo de vida específico (BERAMENDI, 2001).

O movimento galeguista, no entanto, encontra-se reduzido a um pequeno grupo de profissionais liberais, estudantes e intelectuais, até 1931, quando é proclamada a II República e se multiplicam os partidos nacionalistas. Em 1936, o Estatuto da Autonomia é aprovado no parlamento galego, mas com o início da guerra civil e com o golpe militar, o documento perde sua validade (OBELLERIO, 1997).

O período do pós-guerra pode ser considerado como tempos difíceis para a cultura galega. Para as comunidades autônomas, a ditadura *franquista* significa uma forte tentativa de bloqueio a toda e qualquer expressão de uma cultura diferenciada, do que se convencionou chamar identidade espanhola, caracterizada pela tentativa de eliminar sistematicamente as línguas e culturas nacionais. Na Galícia, é bastante significativo deste período *slogans* do tipo “*Gallego, no seas bárbaro, habla la lengua del Imperio*”.²⁰ (ALONSO FERNÁNDEZ, 1997: 389).

Esta situação começa a se modificar apenas a partir dos anos cinquenta, com a fundação da editorial *Galaxia*. Os exilados políticos e emigrantes também contribuem para o soerguimento da cultura e da língua galega ao seguir escrevendo, editando jornais e realizando programas de rádio em galego, em um esforço coletivo sem precedentes, em prol da manutenção da cultura. O resultado foi a ampliação do nacionalismo galego (*Idem, Ibidem*).

De feito, como xá dixen, o franquismo tivo a medio prazo efectos paradoxalmente potenciadores do que queria exterminar, pois, em contra da súa vontade, lexitimou os na-

²⁰ Galego, não seja bárbaro, fale a língua do Império (tradução da autora)

*cionalismos alternativos e deslegitimou o nacionalismo espanhol por identificá-lo diante da maioria com a própria ditadura, com os seus crimes e mesmo com a pura irracionalidade*²¹ (BARAMENDI, 2000: 304).

Desta forma, durante a transição da ditadura para a democracia, os caminhos interrompidos na II República apontam para o reestabelecimento dos partidos, inclusive os nacionalistas, e a instauração de instituições governamentais autônomas. Além disso, a instituição da *Televisión de Galicia* representa um importante passo para a preservação da cultura galega, levantando como principal bandeira a normalização linguística, através da emissão em idioma galego de quase 100% de sua programação.

No entanto, para compreender melhor de que maneira a televisão se desenvolve e se relaciona com a cultura da sociedade, na região em que se encontra, opta-se por uma rápida incursão na história do “breve século XX”.

3 O SÉCULO DA TV: PERCURSO HISTÓRICO E ATUALIDADE

Não se sabe precisar ao certo como surge a televisão, um dos inventos mais fascinantes do século XX. Fruto de uma série de pesquisas e descobertas, este meio de comunicação – criado entre as décadas de 1920 e 1930 e consolidado mundialmente após o fim da Segunda Guerra – implica diversas mudanças nos modos de socialização, comportamentos e rotinas da sociedade.

O século XX é escolhido como recorte histórico para a descrição das sociedades estudadas, por tratar-se de um período que abrange o nascimento do meio televisivo e sua legitimação como aparato imprescindível à configuração da sociedade atual. Esse itinerário, portanto, se inicia por volta dos anos trinta, devido à opção de enfatizar a evolução

²¹ Efetivamente, como já foi dito, o *franquismo*, em médio prazo, teve efeitos paradoxalmente potencializadores do que queria exterminar, pois, ao contrário do que se desejava, legitimou os nacionalismos alternativos e deslegitimou o nacionalismo espanhol por sua identificação, pela maioria, com a própria ditadura, com seus crimes e mesmo com a pura irracionalidade (tradução da autora).

das sociedades de consumo, nos países onde as emissoras estudadas se desenvolvem, tendo em vista que seu estabelecimento delinea-se como uma condição *sine qua non* para a ocorrência do avanço global dos meios de comunicação de massas, dentre os quais a TV emerge como principal ícone.

As regiões abordadas neste trabalho, a Bahia e a Galícia, pertencem a contextos geográficos, populacionais e históricos distintos. O estado da Bahia possui um território de 564.692,669 Km² e contingente populacional de cerca de 13 milhões de habitantes, distribuídos em 415 municípios (IBGE, 2000). A Comunidade Autónoma de Galícia, por sua vez, possui 29.574,4 Km² de área, e apenas 2.760.000 habitantes (IGE, 2005), população semelhante à da capital baiana, Salvador. O país galego é dividido em quatro províncias: Ourense, Pontevedra, Lugo e A Coruña²², onde está a capital Santiago de Compostela. As línguas oficiais da Galícia são o galego e o espanhol.

Mesmo com este significativo descompasso populacional e territorial, opta-se pela manutenção de toda a região da Bahia, quando possível, e não apenas a capital e sua região metropolitana, tendo em vista que esta investigação inclui as estratégias comunicacionais e políticas da Televisão Educativa da Bahia, que possui como maior *slogan* a promoção da diversidade cultural do estado.

3.1 Brasil: Bahia

O Brasil da década de 1930 enfrenta um período de renovação política e econômica. Uma cisão entre as oligarquias agrárias paulista e mineira provoca o fim da República Velha, quando uma aliança temporária entre as facções burguesas desvinculadas do café – maior produto de exportação brasileiro –, as classes médias e o setor militar tenentista levam o político gaúcho Getúlio Vargas ao poder (KOSHIBA e PEREIRA, 2004).

No campo econômico, o esgotamento do modelo agroexportador é iniciado durante a Primeira Guerra Mundial, culminando com a crise que assola o mundo após o *crash* da bolsa de Nova Iorque, em 1929. A desvalorização sem precedentes do café obriga o governo a adotar

²² Segundo grafia em galego a província denomina-se *A Coruña*, embora a grafia espanhola *La Coruña* seja a mais conhecida.

medidas visando reerguer a economia nacional. Além da manutenção da renda – através da destruição de milhares de toneladas de grãos para minimizar os efeitos da superprodução – a máquina estatal adota medidas de incentivo e proteção à incipiente indústria nacional, como a desvalorização da moeda e a expansão da indústria de base (GREMAUDI, VASCONCELOS e TONETO JR., 2002).

No entanto, é somente durante o período conhecido como Estado Novo, ditadura instituída pelo então presidente Getúlio Vargas, de 1937 até 1945, que a indústria começa a exercer uma influência significativa na economia brasileira. Sob uma bandeira nacionalista, Vargas amplia os investimentos na indústria pesada para viabilizar a substituição de importações de bens de consumo duráveis. O país inicia um período de reconfiguração, modernizando-se em diferentes setores. Entre as principais mudanças, é possível destacar o aumento gradativo da urbanização, a expansão da classe operária e das camadas médias, o crescimento populacional e o desenvolvimento do setor terciário em detrimento do agrário. (ORTIZ, 1998).

Embora aumentem o grau de concentração de renda, essas transformações implicam uma melhoria significativa dos indicadores sociais, como a queda da taxa de analfabetismo e o aumento da expectativa de vida. O período de industrialização atinge seu auge em meados da década de 50, com o governo de Juscelino Kubitschek (GREMAUDI, VASCONCELOS e TONETO JR., 2002).

A industrialização é responsável pelo incremento da economia nacional, mas continua restrita a determinados setores e, para a cultura em especial, desenvolve-se de maneira ainda mais lenta, motivada pela incipiência do mercado. O rádio, por exemplo, ainda que esteja organizado em termos comerciais desde 1935, se expande apenas na década de 50, influenciado pela legislação de 1952, que aumenta de 10% para 20% o percentual de publicidade permitido. Esse meio, apesar de ser o mais popular do país na época, exclui grande parcela da população (ORTIZ, 1998).

Mesmo atravessando um processo de tentativa de unificação política, motivado pela Revolução de 30 e pelo Estado Novo, o Brasil da década de cinquenta não possui ainda a integração cultural nos moldes de uma sociedade de massa – na qual é imprescindível um centro onde se agrupem as instituições legítimas. Também a descentralização dos

pólos econômicos e sociais contribui para o fato de que a construção da identidade nacional brasileira seja considerada apenas um projeto.

Em relação ao Brasil, a Bahia possui um atraso de duas décadas na consolidação das transformações em marcha no país desde 1930. Após viver pesadamente o estigma do atraso e conservadorismo, o estado fomenta um fluxo de produção cultural altamente cosmopolita e vanguardista, a partir de 1950, no qual a Universidade da Bahia²³ tem um significativo papel. Entre outras ações, a instituição, através da contratação de professores estrangeiros, promoveu o intercâmbio de civilizações, oxigenando diversas áreas do conhecimento nos campos das artes e das ciências que certamente vieram contribuir, de uma maneira geral, para a emergência de um ambiente de positividade (RUBIM. L., 1999).

Neste contexto, também se destacam outras manifestações culturais da cidade como as *jogralescas* e a revista *Mapa*, movimentos liderados pelos estudantes secundaristas (dentre eles o cineasta Glauber Rocha), e o Clube de Cinema da Bahia. O mesmo acontece no aspecto econômico, com a instalação da Petrobrás e a adoção de políticas governamentais de incentivo à industrialização, que trazem o desenvolvimento para o estado (*Idem, Ibidem*).

O ciclo virtuoso da *renascença baiana*, no entanto, possui curta duração, chegando ao fim no início da década de 1960. O *vazio cultural*²⁴ se instala no estado com uma antecedência de dez anos em relação ao resto do país. Essa interrupção se deve, segundo o estudioso Paulo Miguez (2002), à combinação de pelo menos quatro elementos: o golpe militar em 1964, que provoca o êxodo dos artistas locais, seja para fugir da repressão, seja para buscar alternativas de mercado para a produção; o afastamento de Edgar Santos da reitoria da Universidade da Bahia, diminuindo a agitação vivida pela instituição; a modernização urbana de Salvador, que desloca o movimento cultural do centro da cidade para diversos pontos da orla marítima e, por último, as transformações

²³ A atual Universidade Federal da Bahia (UFBA).

²⁴ Nacionalmente, os primeiros anos da década de 70 foram denominados pelos estudos sobre cultura brasileira como *vazio cultural*, em função do grande esmaecimento do fluxo criativo nacional a partir do decreto do Ato Institucional n.º 5, que provocou o aumento da censura e da repressão à sociedade civil (RUBIM, A. *apud* MIGUEZ, 2002).

sofridas pelo *campo cultural*²⁵ baiano e brasileiro, caracterizadas pela centralidade da produção da cultura no eixo Rio-São Paulo.

Referimo-nos à consolidação de um *campo de indústria cultural* que tendo a televisão como ponta de lança e o Centro-Sul do país como pólo centralizador e irradiador, vai reconfigurar a cultura e a sociedade brasileiras no seu conjunto. Com efeito, a metade dos anos 1960 no Brasil marca um trânsito de uma cultura de cariz escolar-universitário para uma cultura midiaticizada, uma cultura com padrões de organização econômica e valores estéticos próprios (MIGUEZ, 2002: 208).

Essa reconfiguração da sociedade brasileira a qual se refere o estudioso Paulo Miguez (2002) se dá a partir do golpe militar de 31 de março de 1964, que depõe o então presidente João Goulart. Temerosos com a grande instabilidade política caracterizada pelo avanço das manifestações promovidas pelas organizações populares no início da década, as elites conservadoras e os oficiais militares – apoiados pela classe média e pela igreja – implantam uma ditadura com duração de mais de vinte anos.

O novo regime, institucionalizado em 1968 com o decreto do Ato Institucional n.º5, confere poderes extremos ao Executivo – como o de fechar o congresso, cassar mandatos, baixar leis em quaisquer esferas, etc. –, estabelece o fim do pluripartidarismo, impõe a censura aos meios de comunicação e persegue os dissidentes, através de um forte esquema de repressão e do sistema de inteligência nacional (KOSHIBA e PEREIRA, 2004).

Economicamente, o Brasil atravessa um período de crescimento inédito, motivado pela boa situação econômica mundial e pelo endividamento externo. O *milagre brasileiro*, como fica conhecido, dura até o início da década de setenta e decorre das reformas institucionais e da

²⁵ O conceito de *campo cultural* remete, inevitavelmente à Pierre Bourdieu, responsável por desenvolver uma “teoria geral dos campos” para o entendimento de processos sociais. A noção de campo se refere a um “espaço social de relações objetivas” que permite identificar, nos mais diversos domínios da vida social (cultura, economia, religião, artes plásticas, etc.), quais os traços próprios de todos os campos e quais os específicos de cada um deles (BOURDIEU *apud* MIGUEZ, 2000: 161-163).

recessão do momento anterior – com a crise do populismo e o longo período de instabilidade política –, que geram uma capacidade ociosa da indústria nacional, além do crescimento da economia mundial, permitindo a superação das taxas históricas de crescimento (GREMAUDI, VASCONCELOS e TONETO JR., 2002).

A década seguinte é marcada pela transição pacífica do regime militar para a democracia, pela elaboração da nova constituição em 1988 e por um ciclo de crises econômicas que assolam o país, marcadas principalmente pela hiperinflação. O pesquisador Albino Rubim, define com clareza aquele momento histórico:

A transição (lenta e gradual, como se dizia na época) para a democracia no país foi marcada por enormes limitações e inúmeras ambigüidades. A derrota do movimento das Diretas Já, em 1984, oferece um exemplo notável dos compromissos da transição pelo alto, então realizada. O produto acabado dessa transição conservadora foi a (auto)proclamada “Nova República”, em cujo governo, comandado por Tancredo Neves e depois José Sarney, conviviam ilustres personalidades e forças que serviram fielmente à ditadura e sujeitos políticos que contra ela lutaram, empenhando-se na democratização do país (RUBIM. A., 2001: 109).

Na década seguinte, o plano real, implantado pelo então Ministro da Fazenda Fernando Henrique Cardoso (FHC) consegue debelar a hiperinflação à custa de um rígido controle dos gastos públicos e da prática de juros altos, culminando na eleição de seu criador para a presidência da república em 1994 e posterior reeleição em 1998 (KOSHIBA e PEREIRA, 2004).

3.1.1 Televisão no Brasil

A televisão chega ao Brasil por intermédio do empresário Assis Chateaubriand, que, na década de 40, compra uma emissora da *Radio Corporation of América* (RCA), nos Estados Unidos. Apesar da implantação desta mídia ser considerada prematura por uma pesquisa encomendada aos americanos, a TV Tupi, pertencente aos Diários Associados, é inaugurada de maneira precária e improvisada em setembro de 1950, no

estado de São Paulo, com quadro profissional oriundo, em sua maioria, do rádio (VALIM e BIONDO, 2002).

Para que se tenha uma idéia, pouco antes da inauguração da emissora, o técnico americano responsável pela sua instalação percebe que não há, no país, aparelhos televisivos para captar as imagens a serem transmitidas. Ciente da demora no processo de importação, Chateaubriand contrabandeia 200 televisores e os instala pela cidade em lojas, bares e no saguão da emissora, onde a multidão espera para ver a novidade. Um ano depois, já existiam mais de sete mil aparelhos entre o Rio de Janeiro e São Paulo (GONÇALO JÚNIOR *apud* MATTOS, 2000).

A TV passa então a fazer parte do projeto de “construção nacional”. A incipiência do mercado – devido a fatores como o alto custo dos aparelhos receptores e a precariedade do empreendimento, ainda sem concorrentes – se evidencia pelos anúncios da época que, ao invés de convencer o espectador da qualidade do produto, expressam um discurso pedagógico em tom interpelativo, em prol da necessidade de modernização do Brasil:

Você quer ou não quer a televisão? Para tornar a televisão uma realidade no Brasil, um consórcio rádio-jornalístico investiu milhões de cruzeiros. Agora é a sua vez – qual será a sua contribuição para sustentar tão grandioso empreendimento? Do seu apoio dependerá o progresso, em nossa terra, dessa maravilha da ciência eletrônica. Bater palmas e aclamar admirativamente é louvável, mas não basta – seu apoio só será efetivo quando você adquirir um televisor (SIMÕES *apud* ORTIZ, 1998: 60).

Em 20 de janeiro de 1951, é inaugurada a TV Tupi Rio, a segunda emissora dos Diários Associados, condomínio de empresas de comunicação, sob a tutela de Chateaubriand. A programação, neste período, é produzida localmente e ao vivo. No final da década de 1950, já existem outras oito empresas de televisão em funcionamento – inclusive com iniciativas de outros grupos concessionários (MATTOS, 2000).

Na Bahia, a primeira exibição pública da TV, ocorre em 1957, em Salvador, com equipamentos e televisores cedidos por emissoras de outros estados. Os aparelhos são instalados na Praça da Sé, Rua da Misericórdia e Avenida Sete de Setembro, mostrando um programa em

circuito fechado, com objetivo de dar credibilidade ao novo meio (CARVALHO, 1989).

Três anos depois, em 19 de novembro de 1960, é inaugurada a TV Itapoan. No início, a emissora funciona ancorada em um contingente de profissionais locais e com produção ao vivo, que valoriza e dá visibilidade à mão de obra nativa, constituindo-se um mercado emergente, principalmente para os profissionais das artes cênicas, oriundos da Escola de Teatro da Universidade da Bahia.

Socialmente, a inauguração da TV para os baianos, a exemplo de outros estados brasileiros, não só representa o acesso ao *media* eletrônico, como também significa *status*, poder de compra. E, no caso em particular, tudo o que a sociedade metropolitana mais privilegiada pode desejar. Naquele momento, a televisão é especialmente percebida pela população como um dos ícones mais representativos da modernidade – outrora tão escamoteada pela velha cidade que, naquele momento, vive sua “renascença” (RUBIM, L. *apud* VALIM e BIONDO, 2002).

A programação da TV Itapoan, em seus primeiros anos, é composta majoritariamente com material local, transmitido ao vivo²⁶, com destaque para programas de auditório e musicais. A inexistência de tecnologias como a transmissão via satélite e o videoteipe – aparelho que permite a gravação dos programas –, inviabiliza a utilização de uma programação nacional. (ROCHA, 2003).

O videoteipe desembarca em terras brasileiras em 1959, chegando à Bahia em 18 de novembro de 1961, possibilitando a exibição de programas da Rede Tupi, em cadeia nacional (FABULOSOS PROGRAMAS..., 1961). As inovações tecnológicas patrocinadas pelo governo militar também contribuem para a expansão do sistema de redes.

Em 1965, ano em que o Brasil se associa ao Sistema Internacional de Satélites (INTELSAT), é criada a Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL). Em 1967, configura-se o Ministério das Comunicações que, ao reduzir a interferência das empresas privadas, reforça

²⁶ Em trabalho anterior, a autora divide a história da TV baiana em três etapas: *local e ao vivo* – período relativo ao monopólio da TV Itapoan-; a fase da *lógica de redes* – marcada pela expansão da Rede Globo e centralização das produções no eixo Rio-São Paulo e, finalmente, a fase do *retorno ao local* – quando as emissoras reavivam o interesse pelo local, ainda que dotado de particularidades próprias ao contexto contemporâneo (ROCHA, 2003).

a influência oficial no setor, facilitando a ingerência política nos meios de comunicação (MATTOS, 2000). No ano seguinte, a rede nacional de microondas da EMBRATEL e o sistema de transmissão via-satélite são postos em prática. Além disso, a instituição do crédito ao consumidor facilita a compra de aparelhos televisivos.

A execução do projeto de “integração nacional” começa, então, a tomar corpo, no final da década de sessenta. As empresas de televisão, em especial a Rede Globo, são as principais representantes desta política, visto que a iniciativa estatal contribui para criação de um mercado nacional para as telecomunicações, beneficiando apenas poucas empresas (BOLAÑO; ORTIZ, 1988, 1989). Estes anos se caracterizam pelo amplo uso de programas estrangeiros nas emissoras nacionais por motivos tanto econômicos quanto políticos, já que os “enlatados” custam muito menos do que produzir um programa local e não trazem problemas com a censura (MATTOS, 2000).

Na Bahia, essa nova fase da televisão brasileira é iniciada em 1969, com a inauguração da segunda emissora baiana a TV Aratu, retransmissora da Rede Globo. A estréia traz ao estado a lógica empresarial do grupo, com fluxo de programação eminentemente nacional. A centralização da produção representa uma enorme diminuição nos gastos das empresas de TV, partir da década de setenta, as televisões começam a trabalhar em rede, reduzindo drasticamente a produção local. Em 1977, a Aratu e a Itapoan produzem localmente apenas 10% de suas transmissões (BORGES, 2000). O Sudeste torna-se o pólo irradiador das manifestações culturais, inclusive atraindo artistas de outros estados.

A TV Bandeirantes da Bahia é inaugurada no ano de 1981, com a promessa de um jornalismo ativo e comunitário. Entretanto, a iniciativa da emissora de priorizar as temáticas locais, próximas à realidade do espectador, não tem continuidade. Em 1985, são inauguradas a Televisão Educativa da Bahia, emissora pública estatal e a TV Bahia, empresa privada pertencente à família do político baiano Antônio Carlos Magalhães, que retransmite a programação de rede Manchete.

A partir deste período, a televisão baiana começa a vislumbrar um retorno ao local. Emissoras como a Aratu e a Itapoan – antevendo a tendência de reterritorialização tão em voga atualmente – dirigem suas atenções aos programas regionais, com ênfase no interior do estado, visando o reconhecimento como TVs com *a cara da Bahia*. Dentre

as metas definidas pela direção das empresas, estão a ampliação do espaço para a programação local e o forte investimento no telejornalismo (ROCHA, 2003).

No entanto, apenas a Rede Bahia de Televisão – formada pela TV Bahia e cinco afiliadas no interior, agora retransmissoras da Rede Globo²⁷, – e a Televisão Educativa da Bahia conseguem participar integralmente desta convergência. A TVE, pública e de caráter educativo, possui desde seu surgimento a função intrínseca de promover a cultura local. Já a Rede Bahia de Televisão assume o papel de difusora de uma proposta de *baianidade*:

A TV Bahia conquista, então, através de suas ações, uma identificação com a Bahia, aproximando-se de seu público. A desvinculação da imagem de grupo político forte também se dá à medida que sua principal bandeira passa a ser a *cultura*. Além disso, a ampliação de um mercado publicitário se coloca com grande significação, levando-se em conta os aspectos empresariais. Interessa à Rede Bahia, não só o desenvolvimento do Estado, como a manutenção do *status quo* baiano que a beneficia através da participação e do apoio aos seus mais variados projetos, além da extensa publicidade veiculada (ROCHA, 2004: 19).

A década de 1990 é marcada pela atuação da Rede Bahia, que coloca em prática uma série de ações voltadas para a difusão de uma face da cultura baiana, focada nas “peculiaridades” do seu povo: a africanidade, os ritmos, a natureza e o mito de origem do Brasil. A transmissão *desta* identidade baiana prioriza a exposição de manifestações presentes na Capital e Recôncavo. A Televisão Educativa, por outro lado, busca assumir o compromisso de difundir a cultura popular, enfatizando o interior do estado. No entanto, para maior compreensão é mister o aprofundamento na trajetória desta última emissora, que configura-se como um dos objetos deste estudo.

²⁷ A mudança do sinal da Rede Globo para a TV Bahia – anteriormente retransmitido no estado pela TV Aratu – se dá em 1987 de maneira polêmica, caracterizado por diversos autores como uma troca de favores entre o político Antônio Carlos Magalhães e o dono das Organizações Globo, Roberto Marinho. Para mais informações ver **A História Secreta da Rede Globo**, do jornalista Daniel Herz.

3.1.2 Televisão Educativa da Bahia

Nos primeiros anos da década de 1980, o Brasil aponta para o fim da ditadura militar com a promoção de uma abertura democrática gradual, a anistia dos refugiados e presos políticos, o retorno dos exilados, a campanha pelas eleições diretas para presidente e a materialização de uma nova constituição para o país. Na Bahia, isso se reflete na realização da primeira eleição direta para governador em 1982. O ex-governador Roberto Santos representa as oposições unidas, enquanto o então governador da Bahia Antonio Carlos Magalhães, político ligado ao Partido Democrático Social (PDS), indica o advogado Clériston Andrade para o pleito. Com a morte dele num desastre aéreo a menos de um mês da eleição, o deputado federal João Durval Carneiro é escolhido como candidato situacionista, tornando-se, em 15 de novembro, o último governador baiano do período ditatorial.

No âmbito da cultura, se consolida em Salvador, a partir dos anos 80, um mercado de bens simbólicos, subordinado à lógica da indústria cultural, cujo eixo dinâmico é representado pelo carnaval. As políticas voltadas ao turismo – realizadas por meio das empresas oficiais, a estadual BAHIATURSA e a municipal EMTURSA – desempenham um expressivo papel no processo de reconstrução do texto identitário, a partir do momento em que passam a recorrer às manifestações lúdico-festivas como atrativo, além do patrimônio arquitetônico e belezas naturais (MIGUEZ, 2002).

Nesse contexto, surge a Televisão Educativa da Bahia em 1985. O contrato de concessão do Governo do Estado com o Conselho Nacional de Telecomunicações (CONTEL), celebrado em 1967, prevê o início das atividades da emissora pública baiana para 1969 (TV-EDUCATIVA, 1967), ano de fundação do Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (IRDEB). A entidade é criada através de lei estadual, sob forma de Fundação ligada à Secretaria de Educação e Cultura (PIRES NETO, 2005).

A outorga final para a implantação da televisão pública baiana, no entanto, é obtida em novo acordo firmado entre o Departamento Nacional de Telecomunicações (DENTEL) – secretaria executiva do CONTEL –, e o governador Antônio Carlos Magalhães, no início da década de 1980. O dia 10 de abril de 1985 é estabelecido para o início das transmissões.

A emissora começa a ser projetada pelo então diretor executivo do IRDEB, o jornalista e pesquisador Sergio Mattos²⁸, no início do ano de 1983. Nessa fase, as discussões giram em torno de três vertentes de direcionamento para a nova emissora: a de uma TV escola, baseada no modelo canadense de Educação à distância; de TV Educativa, ligada ao Ministério da Educação, nos moldes da Fundação Roquete Pinto (antiga Funtevê) e de TV Cultura, seguindo o exemplo da Fundação Padre Anchieta, da TV Cultura de São Paulo (MATTOS, entrev. cit.).

Opta-se pela segunda proposta, a da criação de uma televisão educativa. Com o atraso na chegada dos equipamentos, importados do Japão, Estados Unidos e França, a emissora entra precariamente no ar, com a exibição de uma “imagem-padrão”, somente para o bairro da Federação. Segundo o então diretor Carlos Alberto Simões²⁹ (TV EDUCATIVA ENTRA..., 1985), o prazo de 90 dias estipulado pelo DENTEL é suficiente para a implantação da TV. O canal, no entanto, só se concretiza em 09 de novembro daquele ano.

Com um investimento orçado em um milhão de dólares, o canal 2 inicia suas transmissões para as cidades do Recôncavo e Salvador. A cerimônia oficial de inauguração conta com a presença do governador João Durval e do presidente da Funtevê, Roberto Parreiras, entre outras autoridades. Embora o evento aconteça pela manhã, a programação vai ao ar às 18 horas. (NO AR..., 1985).

Na programação de estréia é exibido o “Especial de inauguração” que apresenta a Fundação IRDEB, com depoimentos do governador da Bahia, entre outros políticos. Na oportunidade, também são veiculados documentários e especiais sobre personalidades baianas, dentre os quais “Amado Jorge”, dirigido por Álvaro Guimarães, que trata da vida e obra do escritor e o primeiro episódio da série “Mãe das Estrelas”, sobre as mães de artistas locais (MARIA, 1985).

Quando da inauguração da TVE, o IRDEB, além da televisão, engloba a Rádio Educadora, uma emissora de rádio de ondas curtas – que funciona precariamente até meados dos anos 1990 – e um Centro de Produção Pedagógica (CPP), que tem o objetivo de fomentar a educação à distância e disseminar a cultura. Ainda na década de noventa, o

²⁸ Em entrevista concedida à autora em setembro de 2005.

²⁹ Devido à tentativa de interferências políticas em sua gestão, Mattos abandona o cargo antes da inauguração da emissora de televisão.

CPP é desvinculado do IRDEB, e passa a ser subordinado à Secretaria de Educação.

A Bahia é o último estado nordestino a receber a sua TV Educativa, com 25% da programação composta por produções locais. Nos primeiros anos, destacam-se os programas informativos; esportivos, que dão visibilidade ao esporte amador; a agenda cultural, com divulgação dos principais espetáculos em cartaz na capital do estado; além dos clipes literários, interpretados por atores baianos. É enfatizada a posição em: “(...) manter o propósito de ser uma emissora que reconhece e divulga o talento do artista baiano, realizando produções voltadas para o interesse específico da população local” (TV-E HOJE..., 1985).

Durante seus primeiros anos, a cobertura da emissora pela imprensa dedica-se aos problemas enfrentados pela Fundação IRDEB que dizem respeito, principalmente, ao empreguismo político. Em nota publicada no Jornal Tribuna da Bahia, pelos três anos da emissora, o colunista Sergio Borges afirma:

ninguém pode negar que a TVE foi um ‘super-cabide-de-empregos’ à época de sua inauguração. Havia dezenas de produtores para alguns poucos programas. E equipamento para produzir esses programas, quase nada. Recentemente a TVE emergiu de uma crise que a levou a greves e a interrupção de suas transmissões (BORGES, 1988).

A greve de funcionários do IRDEB, motivada pelo atraso dos salários, em março de 1987, período de transição entre os governos João Durval e Waldir Pires, afeta sensivelmente a programação da TVE. De acordo com os líderes do movimento, o Instituto conta, no período, com cerca de 900 servidores, dos quais apenas 600 trabalhariam de fato (GREVE..., 1987).

A Televisão Educativa da Bahia inicia uma nova fase, a partir da década de noventa. Enquanto a programação local das emissoras Itapoan e Aratu é mais uma vez reduzida devido à crise econômica e ao alto custo da produção, a TVE passa por um intenso processo de modernização, iniciado no bojo do governo Antonio Carlos Magalhães, que tem continuidade com a eleição de Paulo Souto.

Um audacioso projeto de modernização técnico-gerencial retirou o Instituto de Radio Difusão da Bahia (IRDEB),

fundação vinculada à Secretaria de Educação e Cultura, do caos administrativo-operacional em que se encontrava, ao final do governo Nilo Coelho, possibilitando à TV Educativa desenvolver uma programação priorizando a produção local, e prestigiar o que de melhor se produziu na área cultural, em suas mais diversas manifestações (MAX, 1994: 10).³⁰

Segundo Fernando Vita³¹, diretor executivo do IRDEB de 1990 a 1995, trata-se de um período de reestruturação da emissora. O quadro funcional do órgão, que enfrenta duras críticas quanto ao empreguismo, é reduzido de 675 pessoas para apenas 315. Destas, 135 trabalham na Televisão Educativa (MOREIRA, 1991).

Primeiro, tínhamos que fazer o básico: manter as emissoras no ar. (...) Na televisão o sinal caía frequentemente e o alcance era mínimo pela precariedade dos equipamentos e do sistema de transmissão. Compramos novos transmissores. (...) Começamos a reequipar toda a TV – ilhas de edição, geradores de caracteres, câmeras... Fizemos uma faxina técnica (VITA, entrev. cit.).

Nesse período, há uma redução no tempo destinado à programação local, a fim de estabilizar os quadros e melhorar os programas que seguem sendo emitidos. Para tanto, apela-se mais frequentemente à programação da TV Cultura de São Paulo. A produção local é restrita a apenas cinco ou seis programas³², correspondendo a 15% do total. Esta porcentagem aumenta à medida que a emissora ganha estabilidade.

No ano de 1994, o Jornal Tribuna da Bahia noticia a vinda do corregedor do Tribunal Superior Eleitoral, Cid Flaker Scartezini, a Salvador para apurar a denúncia feita pelo candidato ao governo do estado,

³⁰ Nilo Coelho assume o governo da Bahia em 1989, por sua condição de vice de Waldir Pires, que desincompatibilizou-se do cargo para concorrer à vice-presidência da República. Estes dois políticos faziam oposição ao “carlismo”, corrente favorável a Antonio Carlos Magalhães.

³¹ Em entrevista cedida à esta pesquisadora em outubro de 2005.

³² O programa informativo “Economia e Política”, o esportivo “TVE Esporte”, a revista eletrônica “TV Revista”, e a agenda cultural “Cinco Minutos”.

João Durval (PMN), sobre o uso da Televisão Educativa e da TV Bahia em benefício de seu adversário Paulo Souto (PFL) (CORREGEDOR..., 1994: 03).

Neste sentido, Fernando Vita (entrev. cit.) admite a influência político-partidária sofrida pela TV pública. “Nenhum governo vai bancar uma televisão para fazer jornalismo de oposição. O que nós buscávamos era uma cobertura equilibrada, de informação pública, serviços e formação da cidadania”. O que significa que, ainda que a TV não venha a ser utilizada politicamente, seu jornalismo é submetido a uma linha editorial que prima pela omissão no que tange a assuntos desfavoráveis ao governo que a subsidia.

Em 1995, o jornalista Paolo Marconi assume a direção executiva do IRDEB, na qual permanece por cinco anos, e torna-se o idealizador e condutor de uma nova imagem para a TVE, marcada pela regionalização da produção audiovisual e pela divulgação da diversidade cultural baiana. Merecem destaque, neste processo os programas da série “Mapeamento Cultural e Paisagístico da Bahia”, como o “Bahia Singular e Plural” e o “Memória em Película”³³.

Antes de iniciar a produção de documentários, a emissora investe na criação de uma identidade visual condizente com as mudanças estabelecidas, contratando o artista plástico Carybé para desenhar cenas e personagens típicos da Bahia. Através da animação computadorizada, as ilustrações são transformadas em vinhetas e cenários associados ao slogan “TVE Espelho da Bahia”, usado até o ano de 2003.

Neste período, são priorizados cinco programas fixos locais³⁴. É notável o empenho da TVE na divulgação de eventos, como a Festa de Iemanjá e a Lavagem do Bonfim, espetáculos de dança e teatro, shows musicais³⁵, documentários, agenda cultural de Salvador, além de clipes e interprogramas sobre a cultura do Estado.

A produção da TVE atinge, em 2000, o número de 36 documentários do projeto “Mapeamento cultural e Paisagístico da Bahia”, com destaque para as séries “Bahia Singular e Plural” e “Memória em Pelí-

³³ Estes programas terão uma análise mais detalhada no tópico seguinte.

³⁴ “TVE: Economia & Política”; “TVE: Esporte”; “TV Revista”; “Frente a Frente”; e o “TVE Notícias” (PIRES NETO, 2005).

³⁵ “Projeto Petrobrás de Música”, “Sua Nota é um Show”, “Terça da Boa Música” e “Especiais TVE”.

cula” (SÉRIE..., 1998). Segundo o relatório anual de atividades do IRDEB, as equipes responsáveis pelo registro percorrem mais de 70 mil quilômetros do interior baiano, reunindo, em cerca de 400 horas de gravação, sons e imagem de 243 manifestações de música, dança e canto do trabalho de 66 municípios. No mesmo ano, a transmissão alcança 245 municípios do estado, com a meta de somar mais 39.

Na compreensão de Paolo Marconi³⁶, a TVE, como emissora educativa, tem a obrigação de retornar à população os investimentos feitos através do pagamento dos impostos. O ex-diretor considera relevante o trabalho realizado pela emissora, até o momento, e pondera: “Se formos comparar com as outras televisões públicas, nós sempre estivemos em terceiro lugar no país, quanto à produção, porque o governo do estado nos apoiava. Nós tínhamos um recurso considerável” (MARCONI, entrev. cit.).

Com o término do mandato de Marconi, assume a diretoria o jornalista José Estevez. Em entrevista ao Jornal Correio da Bahia (DIAS, 2000), Estevez relata que o Instituto, à época, faz parte do projeto de educação à distância da Secretaria da Educação, onde dá suporte à “Universidade Virtual”, através da TVE-BA Canal Net. Trata-se de um canal, via satélite, de transmissão de voz e imagem do estúdio da TVE Bahia – ou qualquer lugar de Salvador – para qualquer outro ponto do país. A emissora promove também a substituição dos seus equipamentos analógicos (sistema *Betacam*) para digitais, tornando-se o segundo canal de televisão baiano a implantar a TV Digital. A adoção desta tecnologia possibilita a transmissão do sinal, através do satélite *Brasilsat*, com qualidade e fidelidade de som.

Quando o jornalista João Paulo Costa assume a direção executiva do IRDEB, em 2003, uma das suas primeiras iniciativas é a implantação do Pólo de Teledramaturgia (POTE), em parceria com a Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB). O principal objetivo deste projeto é incentivar a regionalização da teledramaturgia e investir na capacitação dos profissionais baianos do setor audiovisual. São realizadas oficinas – financiadas pelo FazCultura e dirigidas por atores e dramaturgos de projeção nacional – que resultam em cinco programas de ficção, exibidos na emissora no final de 2003 e ao longo do ano seguinte.

É um período marcado por grande número de acordos, apoios e

³⁶ Em entrevista cedida à autora em de outubro de 2005.

patrocínios, firmados entre a Televisão Educativa da Bahia e empresas privadas como a empresa de telefonia EMBRATEL e a construtora Odrebrecht. Para esta última, a emissora divulga as comemorações de 60 anos de fundação, em troca de “apoio cultural”³⁷. Já o instituto EMBRATEL patrocina, através do FazCultura – lei estadual de incentivo fiscal – a implantação de uma plataforma de digitalização e autoração do acervo da TV.

Em entrevista ao Jornal A Tarde (CAVALCANTE, 2005), o atual Diretor Executivo do IRDEB, José Américo Silva, relata que o Instituto conta atualmente com 417 funcionários divididos entre a Rádio Educadora e a Televisão Educativa. A programação local é centrada nos informativos, esportivos e programas sobre cultura, além da veiculação de documentários, interprogramas de um minuto, clipes sobre eventos e festas populares do Estado e produtos de ficção gerados pelo POTE. A TVE possui entre dois e oito pontos percentuais de audiência, de acordo com medição do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – IBOPE, realizada na região metropolitana de Salvador.

Mesmo desenvolvendo uma série de iniciativas que buscam valorizar a cultura baiana, o projeto de maior relevo executado pela emissora continua sendo o “Mapeamento Cultural e Paisagístico da Bahia”, principalmente através do “Bahia Singular e Plural”, pela ênfase – até então inédita na televisão baiana – na divulgação da cultura do interior do estado.

3.1.3 Bahia Singular e Plural

Os estudos sobre a baianidade se concentram de maneira massiva na representação da identidade ligada à região que compreende a capital do Estado, Salvador, e o Recôncavo. Essa representação, ainda que imposta e aceita como real, tanto interna como externamente, não corresponde necessariamente à realidade do estado. Portanto, verifica-se a existência de um mapa cultural – divergente do mapa geopolítico – das diversas regiões da Bahia.

³⁷ Como a legislação brasileira proíbe intervalos publicitários nas emissoras públicas, o “apoio cultural” foi a saída encontrada para obter recursos de empresas privadas sem a veiculação dos anúncios, mas com divulgação da marca financiadora.

O território baiano detém um vigoroso complexo de culturas que vai além do recôncavo: a Bahia se compõe de muitas Bahias, cada uma delas com característica culturais distintas, resultantes de processos históricos e de situações geoambientais particulares (PIRES NETO, 2005: 170).

Neste sentido, cabe ressaltar que a série de documentários do “Bahia Singular e Plural”, com o registro audiovisual dos folguedos, festas e rituais religiosos populares, tem sua produção focada, principalmente, nas áreas rurais e pequenos municípios do Estado. Embora o matiz da identidade baiana divulgado nestes programas, não seja midiaticamente hegemônico, ele é aceito e reconhecido pela população local – inclusive em Salvador, tendo em vista que a urbanização do estado e os movimentos migratórios para a capital são processos históricos recentes.

O projeto torna-se peça de divulgação do patrimônio imaterial da Bahia no Brasil e exterior, conferindo grande visibilidade à TV Educativa da Bahia. Trata-se do maior registro audiovisual já realizado sobre cultura popular tradicional de uma região no Brasil.

Ao todo são produzidos, entre os anos de 1997 e 2003, 18 documentários, oito CDs e mais de uma centena de interprogramas de um minuto, veiculados durante a programação diária. Ao todo, a TVE percorre 54 municípios, para a série entre os anos de 1997 e 2002, registrando 182 manifestações locais de cultura popular. Em 2002, a série é vencedora do Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade, promovido pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) na categoria divulgação. Alguns vídeos recebem legendas em inglês e espanhol (PIRES NETO, 2005).

Os documentários do “Bahia Singular e Plural” também são exibidos na TV Cultura de São Paulo e na TVE-Rio, no programa de rede nacional “Documento Nordeste” que transmite diversos produtos audiovisuais de emissoras nordestinas, principalmente Bahia e Pernambuco, em função da grande produção de documentários.

Posto em prática pelo ex-diretor do IRDEB, Paolo Marconi, o “Bahia Singular e Plural” é parte de um ambicioso trabalho de documentação e memória, o projeto “Mapeamento Cultural e Paisagístico da Bahia”. Neste momento, a TVE assume o lema “Dar voz a quem não tem voz” e passa a investir na diferenciação de outras emissoras baianas,

com grande parte da programação focada nos produtos audiovisuais do Sudeste do país e que, ao emitir raros programas locais, se centram na capital, Salvador, e arredores.

A Bahia é um estado muito grande. Não só as televisões como também os outros meios de comunicação mal refletem Salvador, quando muito, o litoral. Não se entra no estado. No interior, as pessoas nem recebem as notícias, nem são emissores (MARCONI, entrev. cit.).

O “Mapeamento Cultural e Paisagístico”, inicialmente, tem como objetivo levantar informações em todos os municípios do estado, para a realização de documentários. Elabora-se um exaustivo questionário, enviado a todos os municípios baianos. Como são devolvidos apenas 10% dos questionários, o projeto é encaminhado com uma base prática, sem contar com uma sistematização das ações (PIRES, 2005). Também fazem parte do “Mapeamento...” a série de documentários do “Memória em Película” e um grande número de reportagens e documentários.

Apesar de toda a visibilidade adquirida – com a participação em exposições em Lisboa, São Paulo, Paris, além de museus, universidades, escolas de secundárias e *shopping centers* de Salvador – e do fato do projeto encontrar-se inconcluso, os documentários do “Bahia Singular e Plural” deixam de ser produzidos em 2003, embora os interprogramas da série continuem sendo veiculados até o momento atual.

Após um breve itinerário pela história do Brasil e da Bahia, com ênfase para a trajetória da mídia televisiva no Estado, enfatizando o papel desempenhado pela Televisão Educativa da Bahia, este trabalho percorre, agora, a história espanhola, um dos pilares básicos para a compreensão do atual processo televisivo galego e sua importância para a cultura da região.

3.2 Espanha: Galícia

No início da década de 1930, a Espanha atravessa o momento histórico conhecido como Segunda República, com duração de apenas cinco anos. Em 1936, começa a Guerra Civil³⁸, mesmo ano em que o Ge-

³⁸ Com o objetivo de ser um golpe rápido, a Guerra Civil iniciou com um levante militar de direita, sob o comando do general Francisco Franco, contra a vitória de uma

neral Francisco Franco Bahamonde ascende ao governo, estendido até 1975, com a sua morte. O período é marcado pela supressão das liberdades políticas, dissolução dos partidos de esquerda, abolição das autonomias regionais, proibição dos órgãos legislativos de eleição popular e unificação da direita em um partido – o *Movimiento Nacional*. Em suma, o caudilho, como Franco é conhecido, institui a ditadura no país. (TAMANES, QUESADA, 2001)

Terminada a guerra civil, o país encontra-se arrasado, inclusive demograficamente, com altos índices inflacionários e períodos de racionamento. Nos primeiros anos de regime autoritário, o sistema de direitos e liberdades é extinto e são implantadas medidas sociais típicas de ditaduras como a seguridade social, a proteção à família e aos contratos de trabalho (ARMENTEROS, 1986).

Com a adoção de medidas liberais como a desvalorização do câmbio, o incentivo à indústria, com investimento de capital estrangeiro e o aumento da exportação de produtos industrializados, a Espanha experimenta um período de grande desenvolvimento, a partir dos anos 1950. Além disso, o incremento substancial do turismo e a emigração de espanhóis geram um volumoso aporte de divisas. Consequentemente, verifica-se a melhoria do nível de vida, o fortalecimento da classe média, a ampliação do acesso à cultura, a redução do analfabetismo a níveis inexpressivos e, principalmente, o êxodo da população rural em direção aos grandes pólos industriais, gerando um crescimento desordenado (ARMENTEROS, 1986).

En efecto, el movimiento desde las zonas rurales a las urbanas no sólo implica una reordenación de la población en el espacio sino principalmente – al menos desde la perspectiva en la que intentamos exponer esta consideraciones – un profundo cambio en las pautas de domesticación, relación, identidad del linaje, cultura del trabajo, transformación en los roles, pautas de autocuidado y un amplio etcétera en todos los cuales, la nueva cultura emergente y un proceso de constitución será – como de hecho demuestra la historia reciente – capitaneada por la hegemonía del

coalizão de esquerda, na II República da Espanha. O conflito durou quase três anos (1936-1939), arrasando o país e provocando a morte de dezenas milhares de espanhóis e o exílio dos dissidentes derrotados (ARMENTEROS, 1986).

mercado en el marco cultural de la urbanidad como nuevo paradigma de la modernidad mercantilizada. (BERMAN, apud SANTAMARINA, 2005: 03)³⁹

A Galícia também participa deste processo. O setor industrial e de serviços se desenvolve – principalmente nas cidades de Vigo e A Coruña, somados ao já existente centro industrial de Astano, em Ferrol – e, pela primeira vez, ultrapassa a agricultura, modelo econômico historicamente preponderante na região. A já tradicional emigração galega toma novos rumos. Agora, o êxodo volta-se para os países europeus desenvolvidos – como Alemanha, França, Suíça e Países Baixos – deixando de lado destinos como a América. Cerca de 400.000 galegos dirigem-se à Europa entre os anos de 1960 e 1975 (CEDÁN FRAGA, 1998: 20).

No âmbito educacional, há um aumento do nível de instrução dos jovens e o número de alunos na Universidade de Santiago de Compostela multiplica-se. A partir da segunda metade da década de oitenta, dado o aumento paulatino do acesso dos galegos ao curso superior – além de Santiago de Compostela, são criadas as universidades de Vigo e A Coruña, em 1989 – e o incentivo dos meios de comunicação, o idioma galego ressurgiu localmente e ganha espaço diante do espanhol (CEDÁN FRAGA, 1998: 21-25).

Sobre o desenvolvimento dos meios de comunicação de massas na Espanha, Bieito Rubido (1996) enfatiza que o rádio chega ao país ainda nos anos vinte. Até o final de 1923, ano de criação da pioneira *Radio Ibérica*, os espanhóis aficionados pelo rádio têm acesso somente às emissões estrangeiras, em especial às britânicas. No ano seguinte, é regulamentada a livre concorrência. A primeira emissora de rádio de fato, surge na época do *franquismo*, a *Radio Nacional de España*, origem da TV pública e da atual entidade *Radio Televisión Española*.

³⁹ Efetivamente, o movimento desde as zonas rurais até as urbanas não só implica uma reordenação da população no espaço senão principalmente – ao menos desde a perspectiva na qual tentamos expor estas considerações – uma profunda mudança nas pautas de domesticação, relação, identidade de classe, cultura do trabalho, transformação nas relações, pautas de cuidado pessoal e um amplo etecétera em todos os quais, a nova cultura emergente e um processo de constituição será – como de fato demonstra a história recente – capitaneada pela hegemonia do mercado no marco cultural da urbanidade (*tradução da autora*).

Durante o governo ditatorial, não há interesse por parte do General e seus partidários, em criar a televisão (PALACIO, 2001). Essa mídia é inaugurada em 1956, e torna-se popular na sociedade espanhola apenas na década seguinte, impulsionada pelas políticas de crédito ao consumidor⁴⁰, voltadas principalmente à compra da casa própria (SANTAMARINA, 2005). Em 1960, apenas 1% dos lares espanhóis possuem televisão, enquanto que em 1964, este número é ampliado para 13%. Dois anos depois, o aparelho encontra-se presente em 32% dos lares (CASTILLO CASTILLO, *apud* SANTAMARINA, 2005).

Mesmo possuindo uma grande penetração nos lares espanhóis desde o final dos anos 1920, somente na década de 70 o rádio chega ao seu auge na Galícia, com antecedência de alguns anos em relação ao resto da Espanha. Ali, o momento que se torna conhecido como o *boom* do rádio, implica uma maior presença deste meio como suporte de informação para uma audiência ampla. Isso se deve, em grande parte, à liberação da transmissão de informações por outras emissoras, que não a *Radio Nacional Española*, em 1977, e à cobertura eficiente da tentativa de golpe de estado liderada pelo coronel Tejero, em 1981 (RUBIDO, 1996).

Com a morte do General Franco em novembro de 1975, Don Juan Carlos de Borbón torna-se automaticamente o rei da Espanha, comandando a transição democrática no país, finalizada com a vitória eleitoral do partido socialista em outubro de 1982. Apesar do terrorismo – em especial do grupo separatista basco *Euzkadi Ta Askatasuna*⁴¹ (ETA) – e do golpe fracassado, o processo ocorre de maneira dinâmica e pacífica (ARMENTEROS, 1986).

Na Galícia, essa nova fase de liberdades políticas tem como marco a proclamação do Estatuto da Autonomia em 1980 e a realização das primeiras eleições autônomas, em outubro de 1981. Os galegos elegem, então, pela primeira vez, um parlamento e um governo local, dando a vitória ao Partido Popular (PP), de centro-direita (CEDÁN FRAGA, 1998).

⁴⁰ Coincidentemente, a ditadura brasileira desenvolve políticas no mesmo sentido, voltadas para o aumento do consumo da sociedade, na década de sessenta.

⁴¹ Do Basco: Pátria Basca e Liberdade, in: www.ola.cse.ufsc.br/analise/20050729_sul.htm, acesso em 20 mar. 2006.

A recuperação das liberdades políticas gera um grande entusiasmo cultural no país, caracterizado pelo aparecimento de inúmeras publicações periódicas e pela consagração de Madrid como grande centro da cultura nacional. Economicamente, o país consegue superar a crise mundial gerada pela alta do petróleo, de 1973, torna-se a sexta nação exportadora de capitais, e, em 1985, passa a integrar o Mercado Comum Europeu (CEE). Além disso, a Espanha deixa de ser um exportador de mão de obra para tornar-se receptor de imigrantes (TAMANES, QUESADA, 2001).

3.2.1 Televisão na Espanha

Embora existam emissões regulares de televisão no Reino Unido, Alemanha e Estados Unidos da América desde meados dos anos quarenta, esta mídia chega à Espanha só na década seguinte. Segundo o teórico Manuel Palácio (2001), a primeira transmissão televisiva⁴² no país ocorre durante a Guerra Civil, veiculando um diálogo entre o General Franco e o comandante Martínez Maza. A imprensa da época, porém, não faz qualquer alusão à qualidade técnica da videocomunicação.

As primeiras exposições públicas televisivas ocorrem na *Feira de Protótipos* na cidade de Barcelona, patrocinadas pela empresa holandesa *Philips* em março de 1948. Em agosto do mesmo ano, a *Radio Corporation of América* (RCA) transmite uma tourada no Círculo de Belas Artes de Madrid, porém, a imagem e o som são bastante prejudicados, provavelmente devido a desníveis na tensão elétrica.

Com o completo desinteresse do governo *franquista*, a pré-história da televisão espanhola é marcada pelo experimentalismo e amadorismo. As primeiras provas – comandadas por um engenheiro e um roteirista que buscam colocar a TV em prática sem meios técnicos, nem recursos financeiros – começam entre os anos de 1951 e 1952, convertendo-se em ensaios de emissão de aproximadamente três horas por sessão em 1953. No ano seguinte, já existem transmissões regulares às terças-feiras, influenciadas pelo formato do rádio (PALACIO, 2001).

Em 1955, o Primeiro Congresso Nacional de Engenheiros de Tele-

⁴² Levando em conta o significado literal de televisão como transmissão de imagem e som à distância.

comunicação elabora o Plano Nacional de Televisão, que vem a ser o único guia para o estabelecimento da rede da *Televisión Española*:

“(...) no deja de ser chocante que haya sido un sector profesional, pretendidamente al margen del poder político, quién fijó el primer dibujo de algo tan decisivo como la creación de la red de televisión Excusado es decir la importancia que tiene la configuración de la red en la conformación de temas claves, tales como la estructuración económica del mercado o la creación de los procesos culturales y políticos que conectan una pertenencia emocional con un territorio” (PALÁCIO, 2001)⁴³

O Plano Nacional de Televisão indica que a TV se estabeleça nas cidades mais importantes, em etapas sucessivas, e que as emissoras não tenham estúdios, limitando-se a transmitir os programas registrados. Depois disso, o plano prevê a complementação da rede com a instalação de transmissores potentes, a fim de atingir o maior número possível de espectadores. Os engenheiros também sugerem a participação da iniciativa privada no segmento, desde que submetidas às regras de concessão e de controle do organismo estatal competente (*Idem, Ibidem*).

A inauguração da *Televisión Española*, primeira emissora com transmissão regular do país, ocorre em 28 de outubro de 1956, antecipando-se em seis meses da data inicialmente prevista. Às vésperas da estréia não se sabe qual a grade de programação e tampouco o nome da emissora. Embora o caudilho não esteja presente, muitos políticos participam do evento, além de donos de cadeias de rádio privadas e diretores de jornais impressos. A programação resume-se à celebração de uma missa e à leitura de discursos por personalidades políticas. A inauguração da TV na Espanha, como no Brasil, é marcada pela desorganização e falta de planos de financiamento. Naquele país, o novo

⁴³ (...) não deixa de ser chocante que tenha sido um setor profissional, que se pretende à margem do poder político, quem firmou o primeiro esboço de algo tão decisivo como a criação da rede de televisão.

É compreensível mencionar a importância que tem a configuração da rede na conformação de temas chaves, tais como a estruturação econômica do mercado ou a criação dos processos culturais e políticos que conectam uma pertença emocional com um território (*tradução do autor*).

meio adota o esquema misto de financiamento, devido à escassez de recursos, contando com ingressos publicitários, além dos subsídios estatais (PALACIO, 2001).

A *Televisión Española* torna-se detentora de um monopólio que se prolonga até início da década de oitenta. A emissora desenvolve-se com base na verba publicitária, cuja participação na expansão do conjunto do sistema televisivo é quantificada numa média de 60% a 88% (PALACIO, 2001). Nos primeiros anos de atuação, os espaços são divididos em períodos de quinze minutos e leiloados para agências publicitárias que os revendem aos anunciantes. Os modelos e gêneros dos programas são fixados pelas agências e os patrocinadores tomam decisões sobre roteiros, contratam artistas, além de supervisionar a produção.

A rede espanhola de televisão se amplia por alguns pontos do país, priorizando os grandes centros urbanos. A programação veiculada em cadeia nacional é, em sua maioria, originada em Madrid, embora também exista, em Barcelona, uma emissora com capacidade para produzir programas. A partir de agosto de 1959, opta-se por um canal único com emissões alternadas (PALACIO, 2001).

As primeiras imagens televisivas captadas em terras galegas não são as da *Televisión Española*, principal cadeia do país, e sim das TVs regionais da cidade do Porto, em Portugal e Bremen, na Alemanha, exibidas em dois estabelecimentos comerciais, no ano de 1958, em Santiago de Compostela. Este fato é motivado pelo pequeno alcance do sinal da emissora estatal, que na época possui raio de ação de apenas 70 km, e pelas dificuldades impostas pela irregularidade do relevo. A isto se soma o alto custo dos receptores televisivos (CEDÁN FRAGA, 1998).

A primeira exibição oficial feita na Galícia, pela *Televisión Española*, acontece no dia 01 de setembro de 1961, quando são veiculados curtas-metragens e um informativo, com as saudações do apresentador aos novos telespectadores galegos. Cedán Fraga (1998), citando jornais da época, afirma que a televisão chega quase paralelamente à energia elétrica em algumas regiões da zona rural galega. O núcleo de produção local apenas retransmite a programação nacional espanhola, originando, esporadicamente, conteúdos regionais. Nos primeiros anos, a maior preocupação do governo é ampliar o sinal dessa mídia.

A segunda metade da década de 1960 é considerada a “Idade de

Ouro” da televisão espanhola. Sem problemas financeiros, a TV torna-se uma máquina de fazer dinheiro, consolidando-se como o principal meio de diversão da sociedade na época. Essa nova fase é inaugurada com a construção do famoso edifício de Prado del Rey (1964), sede da emissora em Madrid, e tem continuidade com a estréia do canal 2 da *Televisión Española* (1965 e 1966), conhecido na atualidade como *La 2*. Nesse período, a emissora também se caracteriza como “*herramienta de los intereses políticos e ideológicos del gobierno que en cada caso la controla*” (PALACIO, 2001)⁴⁴.

O núcleo de produção galego da *Televisión Española* (TVE-G) inaugura seu primeiro estúdio na região, em julho de 1971. Três anos depois, é realizada a primeira experiência, no estado espanhol, de emissão de um programa exclusivamente regional, com o “*Panorama de Galicia*”. Exibido de segunda a sexta-feira, o programa conta com entrevistas e reportagens, que enfatizam temáticas de utilidade pública, cultura, música e entrevistas com personalidades locais. No mesmo ano, começam a ser feitas também transmissões ao vivo (CEDÁN FRAGA, 1998).

Desde a criação do *Panorama de Galicia*, em 1974, até meados da década de 1980, a TVE-G realiza programas de grande relevância informativa e cultural para os galegos – dentre os quais podem ser destacados o *Deportivo Regional*, *O Agro*, *O mar* e *O Adro Cultural*. Não há, entretanto, constância dessas emissões, em função da escassez de recursos técnicos e falta de pessoal no núcleo de produção. Nas palavras de Roque Durán (1989), “*non foi posible manter este nivel de produción propia, principalmente pola falta de medios técnicos e o desánimo que prendeu entre os traballadores do centro territorial*”.⁴⁵

Diferentemente de outros países que se encontram sob o poder de um regime autoritário, a população espanhola, no período da transição democrática, conta com um elevado nível de consumo de massas. Palacio (2001: 95) afirma que a renda *per capita* do país, no período, corresponde ao dobro da brasileira, na mesma época.

Neste período, a grande centralização da *Televisión Española* im-

⁴⁴ “ferramenta dos interesses políticos e ideológicos do governo que a controla em todas as ocasiões” (tradução da autora).

⁴⁵ “não foi possível manter esse nível de produção própria, principalmente pela falta de meios técnicos e o desânimo que se estabeleceu entre os trabalhadores do núcleo de produção local” (tradução da autora).

pulsiona as primeiras discussões acerca da quebra do monopólio da estatal, através da criação de televisões regionais, ou autônomas, além da abertura de concessões a canais privados. Mas é com a chegada dos socialistas ao poder, em outubro de 1982, que é aprovada a lei dos terceiros canais⁴⁶, que concede a prestação do serviço público de televisão às comunidades independentes (PALACIO, 2001: 114).

A partir de 1986, a *Televisión Española* passa por uma reforma em seus estatutos, considerando o fim do monopólio estatal. No mesmo ano, a TVE-G diversifica sua grade de programação, tendo em vista a estréia da *Televisión de Galicia*. Atualmente, o núcleo de produção da emissora apresenta uma reduzida e estável grade de programação, cuja emissão se alterna entre o primeiro e o segundo canal. (CEDÁN FRAGA, 1998).

Em abril de 1988, a “Lei da Televisão Privada” é aprovada pelo Congresso dos Deputados, bem como a lei que regula a propaganda eleitoral nestas emissoras⁴⁷. Embora a emissora estatal, na década de 1990, mantenha o posto de líder de audiência, é patente sua desorientação em relação aos conteúdos e suas más condições financeiras. Em 1999, a dívida da *Televisión Española* atinge a exorbitante quantia de 765 bilhões de pesetas (4.597.742.565 euros), mesmo com a subvenção estatal somada a uma vultosa verba publicitária. Calcula-se que a instituição perde, nesta década, cem bilhões de pesetas por ano (cerca de 600 milhões de euros) (DÍAZ, 1999).

Para Abadillo (*apud* DÍAZ, 1999: 228), a “RTVE (*Radiotelevisión Española*) no es un servicio público, sino una arma de propaganda política que cada gobierno utiliza a su antojo”⁴⁸. *La 1*, portanto, justi-

⁴⁶ Este nome se dá devido ao fato da *Televisión Española* contar, como já havíamos afirmado anteriormente com dois canais, o 1 – com a programação principal da emissora, mais comercial e acessível ao grande público – e o 2, voltado para uma programação mais cultural, com documentários, concertos de música clássica e também com mais possibilidades de inserção de programação regional (PALACIO, 2001).

⁴⁷ As concessões são outorgadas pelo Estado a três empresas, através de concurso público, com prazo de dez anos, renováveis por mais dez. Empresas jornalísticas podem participar com apenas 25% do capital total das sociedades concessionárias e os futuros canais de televisão têm a obrigação de emitir um mínimo de quatro horas diárias, com 15% de programação própria e 40% originado de países da União Européia. Em agosto de 1989, são anunciadas as emissoras privadas: *Antena-3 Televisión*, *Gestevisión-Telecinco*, *Canal Plus* (CEDÁN FRAGA, 1999: 198-199).

⁴⁸ “RTVE (*Radio Televisión Española*) não é um serviço público, mas sim uma

ficaria suas perdas em função do alto *share*⁴⁹, em média 25%, que somado aos 8,8% de *La 2*, proporcionaria a possibilidade de manipulação de uma audiência média de quase 34% (DÍAZ, 1999).

Lorenzo Díaz (1999) vê a década de 1990 como “abominável” para a televisão espanhola. Segundo o jornalista, a abertura do mercado às emissoras privadas torna a oferta televisiva cada vez mais degradante. Essa tendência é acompanhada pela *Televisión Española*, cuja deterioração da programação é resultado da utilização política do bem público por aqueles que estão no poder.

3.2.2 Televisión de Galicia

No bojo das transformações políticas motivadas pelo fim da ditadura, o parlamento galego aprova a criação da *Compañía de Radio Televisión de Galicia* (CRTVG), configurada como entidade de direito público, com regulação e gestão sob a competência da Comunidade Autónoma, em julho de 1984. No capítulo quarto do projeto de lei estão assinalados os princípios que devem inspirar a programação da CRTVG, a exemplo do “*respecto á Constitución e ó Estatuto de Autonomía de Galicia, así como a promoción e difusión da cultura e lingua galega e a defensa da identidade e da nacionalidade galega*”⁵⁰. (CEDÁN FRAGA, 1998: 114).

A inauguração da *Televisión de Galicia* (TVG) se dá oficialmente no dia 24 de julho de 1985. Na ocasião, além do discurso das principais autoridades do país autônomo, há uma apresentação do *Ballet Galego Rey de Viana* e a projeção do curta-metragem *Mamasunción*, do cineasta galego Chano Piñeiro. No dia seguinte, 25 de julho, a transmissão é mais ampla, devido às comemorações pelo dia da Galícia e das festividades do apóstolo Santiago. São transmitidos o *Telexornal* – primeiro informativo produzido pela emissora –, reportagens e documentários

arma de propaganda política que cada governo utiliza-se de acordo com seus caprichos” (tradução da autora).

⁴⁹ *Share* ou participação de audiência expressa a porcentagem que indica a audiência média de uma emissora, num período de audiência definido, em relação ao número total de espectadores que vêem TV no período (LÓPEZ GARCÍA, 2005).

⁵⁰ “respeito à constituição e ao Estatuto de Autonomia da Galícia, assim como a promoção e difusão da cultura e língua galega e a defesa da identidade da nacionalidade galega” (tradução da autora).

sobre a Galícia, além do primeiro capítulo da novela brasileira “Escrava Isaura”; seguida por filmes e seriados americanos (*Id., Ibid.*).

A idéia de utilização da TV como meio de difusão do idioma encontra apoio em diversos setores da sociedade. O artigo 18 da lei de normalização lingüística, de 1983, prevê o galego como língua usual nas emissoras de rádio e televisão e nos demais meios de comunicação social submetidos à gestão ou competência da Comunidade Autónoma.

Durante os primeiros meses, a TVG exibe uma programação diária muito experimental e de curta duração, com telejornais, filmes e transmissões esportivas esporádicas. Apenas a partir de setembro, a programação torna-se regular, com duração de 04h30min diárias, no período da noite. Cabe enfatizar, dentre os programas da emissora, e veiculação do informativo *Telexornal*, transmitido de segunda a sexta-feira, às 21 horas. Aos domingos, a programação é suplementada com transmissões vespertinas. Os primeiros anos da TVG foram marcados pelo avanço da cobertura televisiva e ampliação do tempo de veiculação que, a partir de 1986, é preenchido progressivamente até atingir 24 horas semanais (CEDÁN FRAGA, 1998).

Em maio de 1987, surgem problemas relacionados a interferências de políticos na televisão, tornados públicos após o pedido de demissão do então diretor da TVG, Gerardo González Martins, que denuncia interferências políticas no trabalho dos profissionais da emissora.

Três anos depois, ocorre um dos maiores escândalos que afetam a CRTVG: o episódio das chamadas “listas negras” – documentos com avaliações sobre o comportamento político de profissionais da *Compañia*. A divulgação do material provoca o repúdio dos comitês empresariais do órgão e de suas respectivas seções sindicais, que exigem a demissão dos implicados em sua elaboração. Na semana seguinte, são encontradas escutas telefônicas no gabinete do diretor geral da CRTVG, Ramón Villot, e no diretor da TVG, Francisco Rodil. Os aparelhos são colocados por prováveis coligados do PSOE – *Partido Socialista Obrero Español* (CRISTOBO *apud* LÓPEZ GARCÍA, 2005).

Sobre a programação, pode-se afirmar que a TVG possui uma grade estável, baseada nas manifestações culturais e lingüísticas galegas. Segundo o ex-assessor de Comunicação do *Consello da Cultura Galega*, Pedro Carrasco Sola⁵¹, é possível destacar três linhas de programação

⁵¹ Em entrevista dada à autora em junho de 2005.

definidas: programas informativos, que são os direcionadores da organização da grade diária; programas de serviço público e entretenimento (ficção, programa de variedades, etc.).

*En el principio, los informativos y los programas de servicio público eran los más importantes dentro de la programación cuanto al número de horas porque no se producía ficción, ni programas de entretenimiento porque son bastante caros y la empresa no tenía la capacidad de producirlos*⁵² (CARRASCO SOLA, 2005).

O ex-diretor da CRTVG, Francisco Campos, em entrevista ao *Anuário de la Televisión Española* (GECA Consultores, 1999), afirma que os programas da TVG buscam enriquecer o conhecimento do espectador e não só informar ou entreter. Em sua grade de programação, há o predomínio do humor, da música popular e de entrevistas.

A produção própria da TVG forma 75% da grade de programação, em 1998, uma das percentagens mais altas dentre as televisões das autonomias espanholas (LEDO ANDION, 2001). Deve-se levar em conta, porém, que os estudiosos de televisão galegos (LÓPEZ GARCÍA, 2005; CEDÁN FRAGA, 1998; LEDO ANDION, 2002) consideram como produção própria tudo aquilo que é produzido na Galícia – assim, as produções externas contratadas são também consideradas como produção própria.

O redator e ex-dirigente sindical da *Televisión de Galicia*, Xosé Antón Ferreiro⁵³, esclarece que a produção externa contratada é predominante na programação veiculada pela TVG, devido à política de redução de gastos com pessoal. Desta forma, mesmo as reportagens dos telejornais são, esporadicamente, realizadas através de produção externa. Como a emissora não se utiliza de nenhum tipo de programação em rede, parte do que é emitido é diretamente comprado das grandes produtoras internacionais – as *majors*.

⁵² “No início, os programas jornalísticos e os programas de utilidade pública eram os mais importantes dentro da programação em relação ao número de horas porque não se produzia ficção nem programas de entretenimento porque são muito caros e a empresa não tinha capacidade de produzi-los” (tradução da autora).

⁵³ Em entrevista concedida a esta pesquisadora em junho de 2005.

Quanto aos programas informativos, o maior sucesso é o pioneiro *Telexornal*, que possui três edições e segue o padrão clássico dos telejornais da televisão generalista. Além disso, a TVG emite uma série de programas jornalísticos especializados, que não possuem tanto destaque. Quanto aos esportivos, nota-se a priorização do futebol em detrimento de outras modalidades (LÓPEZ GARCÍA, 2005).

Dentre os ‘formatos habituais’⁵⁴ da TVG se evidenciam *O Agro*, *Labranza* e *O Mar*, além dos programas voltados ao aprendizado da língua galega como *Cousas da Lingua* e *¿Imos Aló?*, que, além de programas de formação e divulgação lingüística, se aproximam de gêneros como concursos e entretenimento. Dentre os infantis, merece destaque o *Xabarín Club*, presente há mais de dez anos na grade de programação da emissora (*Idem, Ibidem*).

A TVG conta também com grande número de programas de auditório, variedades e concursos. De acordo com o pesquisador Xosé López García (2005: 64):

Este tipo de programas son tamén coñecidos baixo o epígrafe ‘miscelánea’ e, segundo Bernat López, Jaume Risquete e Enric Castelló, a alta porcentaxe deste tipo de programas na grella da TVG está en relación directa co baixo presuposto da canle, que só permite facer programas máis económicos (en MORAGAS et al. 1999:177).⁵⁵

Dois dos programas mais antigos da emissora galega, pertencem a esse gênero. O *Supermartes*, um concurso, e o *Luar*, programa de auditório com apresentações musicais e variedades, são veiculados em horário nobre há mais de uma década, uma vez por semana, com resultados de audiência bastante positivos (CEDÁN FRAGA, 1998).

Somente no ano de 1994, a TVG começa a produzir programas ficcionais com a série *Os outros feirantes*. Dois anos depois, a emissora

⁵⁴ Xosé López García (2005) designa como ‘formato habitual’, os programas que teriam curta duração e horário indefinido, com objetivo de ocupar os espaços vazios na grade em função de imprevistos como acontecimentos esportivos e políticos.

⁵⁵ “Este tipo de programas são conhecidos também sob a epígrafe de ‘miscelânea’ e, segundo Bernat López, Jaume Risquete e Enric Castelló, a alta porcentagem deste tipo de programas na grade da TVG está em relação direta com o baixo presuposto do canal, que só permite fazer programas mais econômicos” (tradução da autora).

inicia uma pequena indústria de ficção⁵⁶, que, além deste tipo de formato, investe em documentais e *docuseries*⁵⁷, com temáticas e atores galegos, ainda que busquem uma universalidade de modo a serem acolhidos em outros mercados. (MANEIRO VILA, 1989).

Atualmente, a TVG conta com um quadro fixo composto por 285 funcionários que, somado aos 119 trabalhadores eventuais – entre estagiários e colaboradores –, totalizam 404 pessoas que prestam seus serviços diretamente à emissora (MANEIRO *apud* LÓPEZ GARCÍA, 2005).

De acordo com seus princípios gerais de programação⁵⁸, a *Televisión de Galicia* deve refletir a realidade social, cultural e econômica da comunidade autônoma e colaborar para a transformação da identidade regional, incorporando-a à dinâmica das sociedades contemporâneas (MANEIRO VILA, 1989). A contribuição mais destacada da emissora, desde sua fundação até os dias atuais, é, sem dúvida, a normalização e a promoção do idioma galego, tema a ser aprofundado no próximo tópico.

3.2.3 TVG e a língua galega

Com o fim do franquismo e a promulgação dos estatutos dos países autônomos, as discussões sobre a criação dos “terceiros canais” – emissoras independentes de propriedade de cada um dos governos das nacionalidades da Espanha, em contraponto aos dois canais da *Televisión Española* – centralizam-se em questões como a promoção cultural, o incentivo às identidades regionais e a contribuição para a normalização dos idiomas basco, galego e catalão. Na Galícia, o Artigo 34, § 3 do *Estatuto da Autonomía* já prevê a criação de uma emissora pública.

Nos termos estabelecidos nos apartados anteriores deste artigo, a Comunidade Autônoma poderá regular, crear e mante-la súa própria televisión, radio e prensa e, en xeral,

⁵⁶ São exibidas séries como *Pratos Combinados* (1995, até hoje), *A Familia Pita* (1996-1997) *Mareas Vivas* (1998-2000), *Rías Baixas* (2000, até hoje), entre outras.

⁵⁷ Docuserie é o nome dado na Espanha para os documentários que são exibidos em capítulos (MANEIRO VILA, 1989).

⁵⁸ Os princípios gerais de programação do canal foram aprovados no dia 02 de maio de 1986 pelo Conselho de Administração da CRTVG.

*tódolos medios de comunicación social para o cumprimento dos seus fins*⁵⁹ (ESTATUTO DE GALICIA in MANEIRO VILA, CABALERO DURÁN, 1993: 26).

Nos princípios gerais da programação, é estabelecido o papel a ser desempenhado pela emissora em relação à divulgação da cultura e identidade regional e, mais especificamente, à normalização e promoção do idioma galego.

Especial papel correspóndelle á TVG e á Radiotelevisión é a hora de contribuir á normalización da lingua galega e á difusión da cultura propia de Galicia.É indubidable a influencia que a televisión e a rádio poden e deben exercer de cara a difusión eficaz das vixentes normas lingüísticas que faciliten, de maneira cada vez máis normal e pólo uso repetido, o dominio do idioma galego (LÓPEZ GARCÍA, 2005)⁶⁰.

Desta forma, o uso natural e repetido cumpre a função de difundir as normas vigentes do uso do idioma, facilitando seu domínio (LÓPEZ GARCÍA, 2005: 130).

Inicia-se um processo de superação do estigma da inferioridade do idioma galego, em relação ao castelhano, na medida em que aquele ultrapassa as zonas rurais e o uso familiar, interagindo com toda a população da Galícia, a partir de uma instituição de reconhecido prestígio e alcance como a TVG. O galego, então, ganha *status* e passa a ser considerado um meio correto de comunicação e expressão.

Estudiosos da área de filologia e de audiovisual, ponderam que a TVG impõe um galego *standard*, que segue a uma normativa muito próxima ao castelhano, não correspondente à realidade local, além de

⁵⁹ Nos termos estabelecidos nos apartados anteriores deste artigo, a Comunidade Autónoma poderá regular, criar e manter sua própria televisão, rádio e jornal impresso e, em geral, todos os meios de comunicação social para o cumprimento dos seus fins (tradução da autora).

⁶⁰ “Especial papel é correspondido à televisão e à Radiotelevisión na hora de contribuir para a normalização da língua galega e a difusão da cultura própria da Galícia. Não resta dúvidas da influência que a televisão e a rádio podem e devem exercer de cara à difusão eficaz das normas lingüísticas vigentes que facilitem, de maneira cada vez mais normal e pelo uso repetido, o domínio do idioma galego” (tradução nossa).

desconsiderar as variações dialetais de outras regiões do solo galego. Para o professor Marcelo Martín Hermida (1996), “o idioma, en todo caso e recoñecendo o labor da TVG na sua expansión ‘normativizada’, non pasou de ser unha lingua ritual”.⁶¹ Ademais, a pronúncia dos jornalistas e apresentadores se aproxima mais do castelhano que do galego.

Antón Dobao, assessor lingüístico da TVG (in LÓPEZ GARCÍA, 2005: 137) considera, acerca das relações de trabalho na emissora que:

*Unha observación atenta da realidade diaria achéganos a una situación que xá se foi facendo do dominio público. Se ben as actitudes dos profesionais non son negativas, o uso da lingua de traballo por parte destes é escaso. A lingua galega, na TVG, posúe un status de lingua de relación para determinadas funcións. A lingua de instalación profesional é, na maioría dos casos, o castelán. (...) Por unha banda, a maioría das relacións dos profesionais co o público, cando este contacto se establece, son en castelán. (...) As relacións xerárquicas tamén se producen maioritariamente en castelán...*⁶²

Isso se deve, em grande parte, ao fato de que o quadro profissional da *Televisión de Galicia* é formado por pessoas oriundas das classes médias urbanas que não têm o galego como língua habitual. E, neste caso, ainda que a TVG lance mão de cursos de galego e da supervisão dos textos por parte de filólogos, a escolha dos profissionais – apresentadores, jornalistas e dubladores – não obedece a um padrão lingüístico, no que diz respeito ao domínio do idioma (LÓPEZ, 2005).

⁶¹ O idioma, em todo caso e reconhecendo o trabalho da TVG na sua expansão ‘normativizada’, não deixou de ser uma língua ritual (tradução da autora).

⁶² Uma observação atenta da realidade diária nos indica uma situação que já se tornou de domínio público. Ainda que as atitudes dos profissionais não sejam negativas, o uso da língua de trabalho por parte destes é escasso. A língua galega, na TVG, possui um status de língua de relação para determinadas funções. A língua de instalação profissional é, na maioría dos casos, o castelhano. (...) Por um lado, a maioría das relações dos profissionais com o público, quando este contacto se estabelece são em castelhano. (...) As relações hierárquicas também se produzem majoritariamente em castelhano (tradução da autora)...

Xavier Alcalá (2002) indica que a qualificação do uso da língua galega na TVG está estreitamente ligada à necessidade de mudança de atitude dos locutores:

*cómprelle vencer o complexo de inferioridade fonética: os locutores teñen que mudar de fala. Non deben seguir imitando o castelán dos ‘tíos guais’ dos micros madrileñatas salvo, in extremis, cando o fonema galego non coincide co da lingua do Imperio. Póla contra, deben pronunciar o seu discurso á galega, con acento e prosódia galegos, galegamente (malia a política do bilingüismo agónico que no bacharelato os fixo desertar até da pronuncia galega).*⁶³

Há uma tendência amplamente difundida na Galícia (LÓPEZ GARCÍA, 2005) de valorização das variedades lingüísticas do galego, mais próximas ao castelhano, principalmente no plano fonético. Portanto, as variações dialetais divergentes, como o *seseo* e a *gheada*⁶⁴, são muitas vezes consideradas como um vulgarismo lingüístico. Neste direcionamento, a *Televisión de Galicia*, promove um grande avanço no uso da língua através da emissão de programas de ficção. Torna-se emblemática, a transmissão do seriado *Mareas Vivas* – emitido em 1998, sob a direção de Antón Reixa –, o primeiro programa que introduz as variantes dialetais típicas da Costa da Morte com normalidade, alheia a personagens caricatos. O êxito de público e crítica foi tão grande que o estudioso César Caramés (*apud* LÓPEZ GARCÍA, 2005), em seu livro “30 anos de normalización lingüística”, considera a série um marco, tanto para a história da emissora, como para seus espectadores.

Ainda que submetida a todas essas críticas, a *Televisión de Galicia* é inegavelmente o acontecimento contemporâneo mais importante para

⁶³ Cabe vencer o complexo de inferioridade fonética: os locutores têm que mudar de fala. Eles não devem seguir imitando o castelhano dos ‘caras legais’ dos microfones madrilenhos salvo, em casos extremos, quando o fonema galego não coincide com a língua do Império (a Espanha). Ao contrário, devem pronunciar o seu discurso à galega, com acento e prosódia galegos, galegamente (apesar da política do bilingüismo agónico que no bacharelato os fez desertar até da pronúncia galega) (tradução da autora).

⁶⁴ Variações fonéticas do idioma espanhol típicas da fala galega – o *seseo*, ou *ceceo*, consiste na pronúncia do ‘z’ como se fosse um ‘s’ ou ‘c’ quando antes do ‘i’ ou ‘e’, já a *gheada* consiste na pronúncia do ‘g’ como o ‘h’ aspirado do inglês.

a recuperação da língua. No momento em que funciona como uma ilha midiática em galego, em relação às outras emissoras, a TVG torna-se o único agente normativo para a sociedade, contribuindo para sua atualização. Desta forma, seu prestígio implica diretamente no prestígio do idioma.

E é devido à relevância do papel desempenhado pela *Televisión de Galicia* na difusão da língua e cultura galegas que esta emissora se torna objeto de estudo, neste trabalho. Além de sua trajetória, cabe aqui enfatizar o seu caráter público, que implica uma participação ativa nas questões sociais do país autônomo. O principal objetivo, agora, é investigar, a importância da TV para a cultura, tendo em vista as interações entre a sociedade e a mídia televisiva.

4 DOIS MODELOS DE TV PÚBLICA

A maioria dos sistemas de televisão do mundo – com a destacada exceção dos Estados Unidos da América – nasce e se forma nos anos 40 e 50, como modelos públicos diretamente dependentes do Estado e de caráter monopolista. Segundo o teórico galego Enrique Bustamante (1999),

*a xestión dun recurso escaso como eran as frecuencias hertzianas, a conciencia sobre a importancia político-cultural da radiotelevisión, ou o consenso sobre a necesidade de preservar ese aparato da presión comercial foron frecuentemente as principais razóns alegadas, cando non simplemente a inexistencia de grupos privados fortes interesados no setor*⁶⁵.

Nesse contexto, verifica-se na Europa Ocidental a formação de um modelo específico de televisão estatal de serviço público, caracterizado por objetivos pedagógicos de oferta de programas, preferencialmente financiado através de impostos e uma relativa autonomia da gestão em

⁶⁵ a gestão de um recurso escasso como eram as frequência hertzianas, a consciência sobre a importância político-cultural da radiotelevisão, ou o consenso sobre a necessidade de preservar esse aparato da pressão comercial foram frequentemente as principais razões alegadas, quando não simplesmente a inexistência de grupos privados fortes interessados no setor (tradução da autora).

relação ao governo. Já o modelo norte-americano baseia-se, desde o início, no sistema comercial, com grandes empresas no comando das emissoras de televisão. Os rumos tomados pela TV e o acesso a este meio são obviamente influenciados pelo contexto a que estão submetidas:

En los modelos de televisión de iniciativa privada, el servicio televisivo se creó a partir de unas estaciones urbanas que consolidaban un mercado publicitario local y que luego, cuando las condiciones económicas lo posibilitaban, ampliaban su cobertura interconectando otras emisoras componiendo entre ellas una red televisiva. En los modelos públicos europeos, al margen de la rentabilidad económica, la red se creó bien a partir de una única emisora que fué conectando con otras posteriormente establecidas en otros lugares tal como sucedió en Gran Bretaña o Francia, o bien a partir de la aparición casi coetánea de dos o más estaciones que inmediatamente intentan enlazarse como pasó en Alemania o Italia⁶⁶ (PALACIO, 2001: 34).

A Espanha opta pela adoção do modelo europeu, com uma série de desvirtuamentos. O pagamento do “*canon*” – imposto referente à manutenção da TV, como é o caso da inglesa BBC – não é implantado, face à resistência da população do País. Desta forma, a *Televisión Española* é sustentada preponderantemente pelo governo, o que a submete de maneira mais enfática que outros países europeus, aos dissabores da política nacional.

O modelo de televisão do país é marcado por um forte carácter monopolista e estatal, o que só se modifica na década de 1980, quando

⁶⁶ Nos modelos de televisão de iniciativa privada, o serviço televisivo se criou a partir de umas estações urbanas que consolidavam um mercado publicitário local e que logo, quando as condições económicas permitiram, ampliaram sua cobertura interconectando-se a outras emissoras, compondo uma rede televisiva entre elas. Nos modelos públicos europeus, à margem da rentabilidade económica, a rede se criou a partir de uma única emissora que foi conectando-se com outras, posteriormente estabelecidas em outros lugares, como se sucedeu na Grã-Bretanha ou França, ou então a partir do aparecimento quase simultâneo de duas ou mais estações que imediatamente tentaram se interligar, como aconteceu na Alemanha ou Itália (tradução da autora).

a concorrência é aberta às TVs privadas e as primeiras televisões dos países autônomos são inauguradas. A maior audiência, no entanto, continua pertencendo à emissora estatal.

O Brasil, por outro lado, segue o modelo norte-americano de radio-difusão. A televisão no país é inaugurada pela iniciativa privada, menos por projeto governamental e mais pelo pioneirismo e improvisação do empresário Assis Chateaubriand. Assim, nos primeiros anos, existem somente emissoras operadas por empresas privadas e de programação comercial. A primeira televisão educativa brasileira foi a TV Universitária de Pernambuco, inaugurada no ano de 1967.

A história da televisão pública no Brasil se confunde com a da televisão educativa, pois ambas acabam por vincular-se ao governo estadual ou federal. Estas emissoras surgem sem qualquer planejamento estatal, constituídas por motivos políticos ou iniciativas individuais descompromissadas, e poucas possuem objetivos definidos quando de sua inauguração (FRADKIN, 2003).

Atualmente, as emissoras públicas de televisão não se revestem de caráter apenas educativo. A tendência é emitir uma programação variada – jornalismo, cultura e entretenimento – que tem a educação como fio condutor. Os programas didáticos, por sua vez, passam a ser transmitidos em sistema fechado (*Idem, Ibidem*). A bandeira da TV pública, então, torna-se “informação e cultura”.

4.1 Financiamento e publicidade

A televisão pública brasileira é sustentada por três fontes de recursos: a dotação orçamentária estatal, a prestação de serviços audiovisuais – tanto para o Estado como para instituições privadas – e a publicidade. Embora a lei brasileira proíba a publicidade em canais estatais, essa restrição não tem sido considerada. A maioria esmagadora do financiamento, no entanto, segue sendo estatal (PRIOLLI *in* CARMONA, 2003).

Com a Televisão Educativa da Bahia não tem sido diferente. Em seu relatório de prestação de contas dos anos 2000 a 2004, constam de suas receitas verbas não estatais, designadas como “receita diretamente arrecadada”, (relativa à “receita patrimonial” “prestação de serviços” e “outras receitas correntes”) e corresponde, em média, a 6% da receita

total da TVE. Estes valores não são explicitados de maneira detalhada nos relatórios anuais.

Em 2000, o IRDEB arrecada R\$ 10.452.156,77, valor que não se altera expressivamente nos exercícios conseqüentes, considerando-se os reajustes inflacionários durante o período. No ano seguinte, a dotação de recursos corresponde a R\$ 10.333.169,21 enquanto que em 2002, essa quantia é fixada em R\$ 11.443.213,57. Em 2003, a receita chega a R\$ 13.325.724,48, e posteriormente, é reduzida em cerca de um milhão de reais, que se traduz por R\$ 12.636.262,83. É importante salientar que os saldos financeiros/bancários dos exercícios anteriores não estão inseridos nestes números. Quanto às despesas, não há *déficit* considerável, em 2004, o balanço encontra-se negativo em apenas R\$ 59.960,56.⁶⁷

Na Espanha, por sua vez, a televisão pública estatal já nasce sob a égide do financiamento misto – que admite o ingresso de recursos tanto estatais como privados para manutenção das emissoras públicas. Essa realidade se reproduz com o surgimento dos canais autônomos, inclusive na *Televisión de Galicia*. Assim, no ano de 1996, por exemplo, a verba publicitária corresponde a 34,85% dos recursos da *Televisión Española*. Já na TVG, a publicidade equivale 22% do montante arrecadado (DÍAZ, 1999: 25 e 26).

Essa dupla fonte de renda, no entanto, não consegue impedir o avanço da dívida das emissoras públicas espanholas, incluindo as autônomas. Em 1990, com apenas cinco anos de atividades, a CRTVG enfrenta uma grave crise financeira, devido ao *déficit* acumulado, que, segundo o porta-voz do governo, Vázquez Portomeñe, já ultrapassa os quatro bilhões e duzentos milhões de pesetas (25.242.508 euros).

Um plano de ajuste – que obriga a *Compañía de Radio Televisión de Galicia* (CRTVG) a reduzir o ritmo de renovação dos equipamentos e materiais técnicos – é iniciado, em 1993. O ano fecha sem *déficit* graças à aprovação, pelo parlamento, do ingresso de um bilhão de pesetas (6.010.121 euros). A dívida, porém, segue aumentando. Em 1994, o então diretor geral da CRTVG, Ramón Villot, declara que o endivi-

⁶⁷ Informações extraídas dos relatórios de prestação de contas do ano de 2004, elaborados pela Diretoria de Planejamento, Administração e Finanças da Coordenação de Planejamento e Orçamento (CPO). Os valores expressados estão em moeda corrente, sem reajuste relativo à inflação do período até os dias atuais.

damento do exercício anterior supera oito bilhões e oitocentos e vinte milhões de pesetas (50.605.219 euros). Ainda segundo Villot, as contas serão sanadas em dez ou doze anos (LÓPEZ GARCÍA, 2005: 29 e 30).

A CRTVG reduz sua dívida pela primeira vez, no ano seguinte. Em 1996, fecha com superávit de oitenta milhões de pesetas (480.810 euros) e amortiza o passivo bancário em 800 milhões (4.808.097 euros). Os dividendos da *Compañía*, neste período, são calculados em sete bilhões e duzentos milhões de pesetas (43.272.817 euros). Neste ano, membros do Conselho de Administração da CRTVG⁶⁸, designados pelo PSOE, acusam a direção da televisão de manipular os dados do balanço econômico. No ano em questão, é recebida da Administração da *Xunta de Galicia* a quantia de doze bilhões e 332 milhões de pesetas (74.116.813 euros), enquanto a verba publicitária corresponde a cerca de um bilhão, e 740 milhões de pesetas (10.457.611 euros). Para que se tenha uma idéia, a *Compañía* recebe, anualmente, uma subvenção de cerca de cinquenta milhões de euros (*Idem Ibidem.*).

Na década atual, ainda que o diretor geral da CRTVG, Francisco Campos (in: GECA Consultores, 2004) destaque o fim do exercício 2002/2003 sem déficit, com uma redução da dívida histórica da emissora, a situação não se encontra, de fato solucionada.

*Nos anos 2001 e 2002, TVG gasta quatro vezes máis que o que ingresa por publicidade, o que supón unhas perdas de 79,5 millón de euros. Con todo, “as achegas realizadas póla Xunta de Galicia (74,3 millóns de euros) compensan os números vermellos e fan que o balance da cadea remate cun pequeno superávit de 113.000 euros. Así mesmo, realízase unha provisión extraordinária de 5,2 millóns de euros”*⁶⁹ (GECA CONSULTORES, 2004: 351).

⁶⁸ O conselho de Administração da CRTVG é um órgão formado por 12 membros eleitos a cada legislatura do Parlamento da Galícia, mediante maioria de dois terços da Câmara, por proposta dos respectivos grupos parlamentares, segundo sua representação, entre pessoas de conhecido prestígio profissional (LÓPEZ GARCÍA, 2005).

⁶⁹ Nos anos 2001 e 2002, a TVG gasta quatro vezes mais do que arrecada em publicidade, o que pressupõe um prejuízo de 79,5 milhões de euros. Contudo, “os acordos realizados pela *Xunta de Galicia* (74,3 milhões de euros) compensam os números vermellos e fazem com que o balanço da emissora seja fechado com um pequeno *superávit* de 113.000 euros. Ainda assim, realiza-se uma provisão extraordinária de 5,2 milhões de euros” (tradução da autora).

O que se verifica, ao analisar os contextos galego e baiano é que Lorenzo Díaz (1999) pode ter razão ao se referir à televisão espanhola como a TV mais cara do mundo. O modelo de gestão espanhol, ainda que destine uma quantia considerável de recursos públicos na televisão, não garante a qualidade da oferta. As emissoras sucumbem a uma programação sensacionalista e distante do que se denomina utilidade pública, a fim de manter elevados níveis de audiência (DÍAZ, 1999). A TVG, por sua vez, vem reivindicando um segundo canal autônomo para que nele se emita uma programação que tenha como prioridade cultura e educação, a exemplo do canal 2 da *Televisión Española*.

Em relação ao financiamento misto, é quase unanimidade entre os estudiosos da televisão que as emissoras públicas necessitam de fontes de recursos que não a estatal (PRIOLLI & LEAL FILHO *in* CARMONA; MÉNDEZ ROMEU *in* LÓPEZ GARCÍA. 2003; 2005). Não há, no entanto, um consenso sobre a solução a ser adotada.

Tanto na Espanha quanto no Brasil, é rechaçado o modelo de televisão pública britânico, que se baseia no pagamento de um imposto para a manutenção da BBC de Londres. No primeiro país, essa tentativa ocorre no surgimento da *Televisión Española*, em 1956. Já no Brasil, o governo do Estado de São Paulo tenta implantar em 1998 uma tarifa cobrada na conta de energia, para financiar a TV Cultura. A medida foi revogada devido à grande resistência da população (PRIOLLI *in* CARMONA, 2003).

Quanto ao arrecadamento através da imposição de taxas às emissoras privadas pelo uso das concessões, o professor e jornalista Gabriel Priolli (*in* CARMONA, 2003) argumenta que a iniciativa esbarra no grande endividamento das empresas. Já a associação com instituições do terceiro setor, a partir do estabelecimento de parcerias, é comumente considerada de maneira positiva, mesmo que não exista, no Brasil, estudos aprofundados ou documentos sobre experiências com este tipo de relação.

A maior polêmica, no entanto, concentra-se no financiamento através da publicidade. Segundo o parágrafo único do art. 13 do Decreto-lei nº. 236, de 28 de fevereiro de 1967, as televisões e rádios educativas não têm caráter comercial, sendo vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente. Entretanto, uma melhor análise desse

dispositivo legal deve considerar o art. 19 da lei 9.637, de 15, de maio de 1998, que enuncia:

as entidades que absorverem atividades de rádio e televisão educativa poderão receber recursos e veicular publicidade institucional de entidades de direito público ou privado, a título de apoio cultural, admitindo-se o patrocínio de programas, eventos e projetos, vedada a veiculação remunerada de anúncios e outras práticas que configurem comercialização de intervalos (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2006).

O coordenador de marketing da Televisão Educativa da Bahia, Ricardo Flores⁷⁰, defende o aprofundamento da discussão sobre a publicidade na TV pública, ao questionar a proibição da publicidade nas emissoras estatais, por tratar-se de uma lei elaborada em 1967, em plena ditadura militar. Além disso, pontua a necessidade de fontes de financiamento não estatais, como forma de diminuir as ingerências político-partidárias, e a existência do *lobby* por parte das emissoras privadas de televisão, prejudicadas pela inserção das emissoras públicas no mercado.

Pode anunciar na TVE? Claro que pode. A lei não é clara. (...) A discussão não é ter ou não a publicidade na TV pública porque a TV pública hoje não pode viver sem publicidade. A publicidade é necessária – infringindo ou não a lei, interpretando-a como for conveniente, adequando seus estatutos – ainda que represente apenas 10%, 5% da renda total da emissora (FLORES, entrev. cit.).

A publicidade, neste caso, é caracterizada como qualquer relação com o mercado. Segundo Flores (entrev. cit.), a TVE-Bahia, além da subvenção do governo, possui como fontes de renda a publicidade direta, através de apoio cultural; parceria com empresas e instituições em eventos realizados pela emissora; *merchandising*; licenciamento de produtos de marca; videoteca do IRDEB, locação e venda de material

⁷⁰ Entrevista concedida à autora em novembro de 2005.

audiovisual produzido pela emissora; aluguel do Teatro do IRDEB e do seu *foyer* para exposições; parceria com institutos e empresas, a partir da lei estadual de incentivo à cultura (FazCultura); teleconferências, e locação de equipamento.

Qualquer telespectador pode, entretanto, verificar a inserção de anúncios publicitários na emissora – ademais da veiculação de campanhas institucionais e patrocínio a título de apoio cultural, permitidos por lei – durante os intervalos da programação.

É importante ressaltar que a *Televisión de Galicia*, embora seja operada por um ente público, possui uma programação de caráter comercial. Esta orientação recebe críticas constantes nas reflexões sobre a televisão pública, que deve ter como principal objetivo promover a cultura e informar a sociedade. Com a possibilidade de inserção de anúncios comerciais, verifica-se o condicionamento à busca pela audiência a fim de garantir maior rentabilidade (LEAL FILHO *in* CARMONA, 2003). Outro ponto considerado, acerca do financiamento da TVG, é o elevado custo de manutenção para a sociedade, tendo em vista a considerável contribuição da *Xunta de Galicia*.

Poderíamos dicir que a TVG é unha empresa non rendible, que os gastos financeiros (custo da débeda contraída) en función da débeda provócanse póla necesidade de endebedarse prexudicando máis a conta de resultados. Hai máis ingresos de actividade, presupóstanse subvencións importantes e, aínda con isto incórrrese en perdas persistentes. Con respecto á facturación por ingresos de publicidade existe unha desastrosa gestión de cobro. Se as consellerías realmente están investindo en producir para a TVG, non lle estan pagando tampouco, pero isto soe ser un problema dos clientes institucionais e máis cando o grao de poli-

*tización e de “clientelismo” é grave*⁷¹ (MARTÍNEZ HERMIDA, 1996).

Comparada à TVG, a quantia aportada pela Televisão Educativa da Bahia é irrisória, ainda que esta última consiga manter uma programação educativa e cultural. Sua audiência, no entanto, se mantém em níveis bastante inferiores ao canal galego, tema a ser tratado no tópico seguinte.

4.2 Audiência e programação

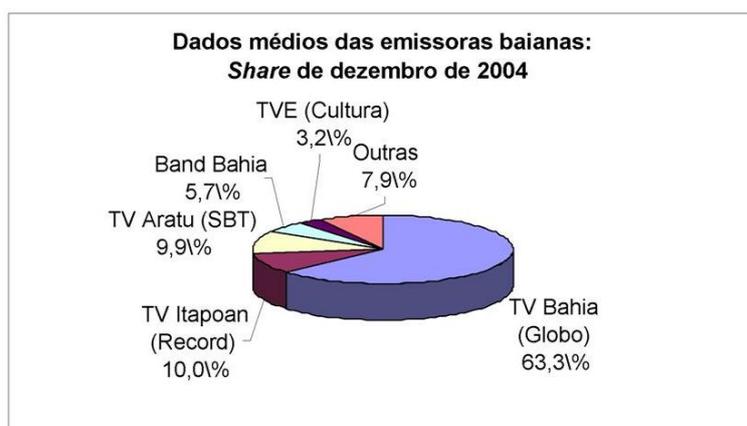
Os contextos galego e baiano, em relação à audiência, são bastante distintos. No Brasil, a presença da Rede Globo como líder absoluta, faz com que a competição pela conquista do público entre as demais emisoras se coloque em um patamar muito inferior ao quadro espanhol. Localmente, a Televisão Educativa da Bahia, passa a contar com registro medição de audiência e conhecimento do perfil do seu espectador apenas a partir de 2003. A escolha da programação, até então, se dá de maneira absolutamente aleatória e voltada para um público incerto.

O coordenador de Marketing do IRDEB, Ricardo Flores (entrev. cit.), informa que a TVE atinge o segundo lugar em audiência em diversos horários, principalmente através dos programas infantis, gerados pela TV Cultura. Quanto aos programas locais, a emissora pública, por vezes mantém uma audiência muito próxima à da TV Bahia, afiliada da Rede Globo, com diferença de menos de um ponto. A média mensal da TVE, porém, permanece – de janeiro a setembro de 2005 – em cerca de 2 pontos de audiência ou *rating* relativo⁷².

⁷¹ Poderíamos dizer que a TVG é uma empresa não rentável, que os gastos financeiros (a dívida contraída) em função da dívida, são provocados pela necessidade de se endividar, prejudicando ainda mais o balanço dos resultados. Há maior rendimento de atividade, pressupostamente subvenções importantes e, ainda assim, incorre-se em perdas persistentes. A respeito do faturamento por verbas publicitárias, existe uma desastrosa gestão de cobrança. Se as secretarias realmente estão investindo na TVG, não estão pagando, mas este costuma ser um dos problemas dos clientes institucionais, ainda mais quando o grau de politização e de “clientelismo” é grave (tradução da autora).

⁷² O *rating* é o índice que expressa a quantidade média de pessoas por minuto que assistiram a determinado programa. Tal índice pode ser expresso em números relativo (%) ou números absolutos (#). Os números de *rating* relativo são chamados pontos

Em relação às outras emissoras baianas, a TV Educativa é a que possui a menor participação de audiência ou *share*, segundo o gráfico, relativo ao mês de dezembro de 2004. Deve-se levar em conta, porém, que a pesquisa do IBOPE não atinge municípios alheios à zona metropolitana de Salvador. Acredita-se que a TVE tenha maior penetração e representatividade, no interior do estado, em função de suas pautas de programação muitas vezes concentradas em temas relativos ao interior do Estado e a seu universo específico.



Fonte: IBOPE 2004 – Gerência de Marketing do IRDEB

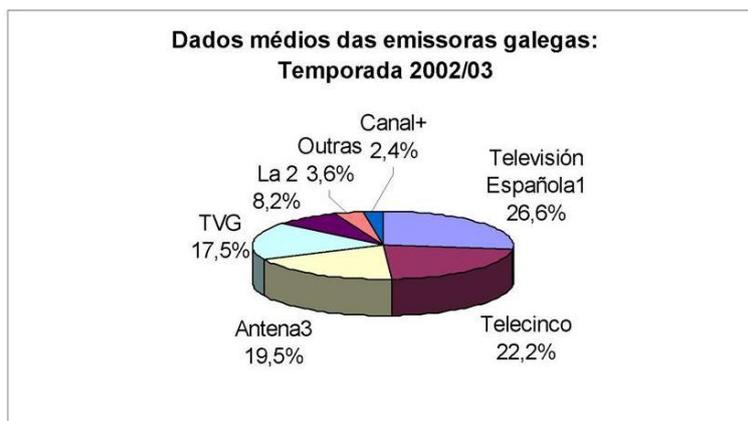
A Televisão Educativa da Bahia pertence à Rede Pública de Televisão (RPTV)⁷³, que possui a TV Cultura de São Paulo como cabeça de rede, contando, também, com programas provenientes de outras emissoras, como a TVE-Rio. A Televisão Educativa da Bahia produz localmente 10% de seus conteúdos, que correspondem à veiculação de cerca de 30% do total emitido, incluindo co-produções e parcerias com outras emissoras, produtoras, instituições e empresas privadas.

Já a Espanha, caracteriza-se por uma disputa acirrada pela audiência. A televisão galega enfrenta a concorrência de ambos os canais da

de audiência. O universo Salvador é de aproximadamente 805 000 lares (dados do IBOPE 2005, concedidos pela Gerência de Marketing do Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia). É importante destacar que a medição por lares situa as emissoras num patamar inferior de audiência da medição por indivíduos.

⁷³ A TVE-Bahia é uma retransmissora e não uma afiliada, o que lhe permite maior mobilidade quanto à quantidade de programação local/nacional veiculada.

Televisión Española, com seu núcleo de produção regional, dos canais privados e das inúmeras TVs locais. Ainda assim, a emissora galega consegue se destacar, mantendo uma honrosa quarta colocação na disputa nacional pelo *share*.



Fonte: TNS 2002/03 – GECA Consultores 2004

A tabela seguinte apresenta os programas mais assistidos de ambas às emissoras, com seus respectivos pontos de audiência. Os dados são relativos, no caso da TVG à temporada 2002/2003 e, no caso da TVE, ao mês de dezembro de 2004.

Ranking da Programação local*					
Televisión de Galicia – TVG			Televisão Educativa da Bahia – TVE		
Programa	Audiência**	Share	Programa	Audiência***	Share
1-Pratos Combinados	9,7	26,2	1-Minha Terra	2,47	12,4
2-Luar	9,2	28,8	2-Cartão Verde Bahia	1,87	3,5
3-Pratos Combinados-Reprise	6,9	24,4	3-Brasilerança	1,52	7,27
4-Terra de Miranda	6,9	18,2	4-Sua Nota é um Show	1,39	2,3
5-Telexornal 1	6,5	23,9	5-TV Revista	1,23	3,4
6-Rías Baixas	6,5	18,3	6-Bahia Náutica	1	8,3
7-Galicia Notícias	6,4	31	7-TVE Notícias	0,94	1,7
8-Telexornal 1-fin de semana	6,1	22,5	8-Especial TVE	0,9	1,77
9-Telexornal 2-fin de semana	6,0	22,8	9-Só para Inteligentes	0,9	1,67
10-Em Xogo Goles	5,6	13,7	10-Soterópolis	0,8	1,34

* Tabela elaborada com dados: TNS/GECA Consultores (2004) e IBOPE/Gerência de Marketing do IRDEB.

** Universo Galicia 2003: 2.626.076 hab. – Cada ponto de audiência equivale a 26.260 espectadores.

Na temporada 2002/2003, o destaque da programação da TVG são as séries de ficção (*Pratos Combinados*, sua reprise, *Terra de Miranda e Rías Baixas*) que obtêm grande audiência, apesar do orçamento inferior aos programas do gênero produzidos pelas emissoras nacionais. Uma hora de ficção galega custa em média 20.000 euros, enquanto a hora de ficção dos outros canais estatais da Espanha chega a atingir a cifra de 500.000 euros. Já o programa de auditório *Luar* segue mantendo uma fórmula de sucesso de mais de dez anos. Já os informativos, que correspondem a 40% da produção própria da TVG, continuam em evidência (*Telexornal 1*, *Telexornal 1 – Fin de semana*, *Telexornal 2 – Fin de semana*). Em relação à utilização dos recursos materiais e humanos, os telejornais são os programas estrela da emissora, porém, considerando os rendimentos obtidos, concorrem com as séries de ficção.

Os programas que se ocupam da agenda cultural galega, cinema, literatura e música são escassos e ocupam faixas horárias marginais da TVG (LÓPEZ GARCÍA, 2005), embora conste, em seus princípios gerais, que a promoção do nível cultural da sociedade galega está entre seus objetivos, destacando-se a necessidade de existência desta programação.

O diretor de programação da *Televisión de Galicia*, Carlos Carballo (in LÓPEZ GARCÍA, 2005: 83), esclarece que em 2005 a produção própria da TVG corresponde a 83% da programação, sendo que 43% corresponde a produção externa contratada de produtoras independentes e 57% é realizada com os meios de produção próprios da emissora, em sua maioria programas jornalísticos.

Já na Televisão Educativa da Bahia, a amostra dos programas locais de maior audiência de dezembro de 2004 possui maior variedade temática. Fazem parte do *ranking* os documentários da série “Minha Terra”, os musicais “Brasilerança” e “Sua nota é um show”; os jornalísticos (TVE Notícias, TV Revista); os esportivos (Cartão Verde e Bahia Náutica); e os programas de variedades (Soterópolis e Especial TVE), além do programa de entrevistas “Só para Inteligentes”.

A partir de 2003, a emissora baiana passa a orientar-se à estabilização de sua grade de programação. Já canal autônomo galego se caracteriza por manter, há mais de uma década, um conjunto de programas que não sofre grandes alterações. A isto, Pedro Carrasco Sola (entrev. cit.) atribui a necessidade de manutenção da audiência – como principal

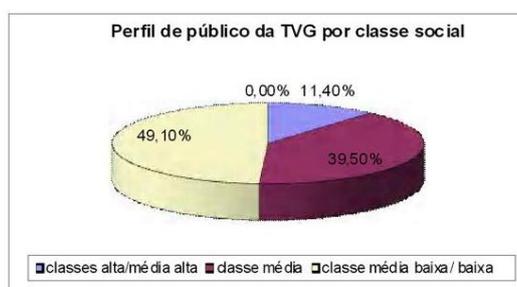
indicador para a inserção de publicidade –, centrada em espectadores de faixa etária avançada e de baixo nível de estudos.

A TVG não consegue manter uma programação que gere conteúdos mais densos e culturais, sendo caracterizada, por muitos dos seus estudiosos, como folclorizada e pouco plural. A Galícia representada pela TVG é rural, baseada na economia agrária e pesqueira e, principalmente, galego-falante. Consequentemente, os setores urbanos e os jovens galegos não se identificam com este universo.

Segundo Carrasco Sola (entrev. cit.), a TVG é apelidada pelos galegos urbanos de “*Telegaita*”, numa alusão pejorativa a um dos símbolos máximos da cultura galega, a gaita de fole:

*Desde el punto de vista cultural, la TVG es profundamente reduccionista y no digo que la “gaita” sea mala, digo que es mala si solo hay “gaita” (...) La mitad de la población gallega es rural y antigua. Esta gente se siente identificada con este tipo de imagen y de identidad cultural porque es la que tienen*⁷⁴ (CARRASCO SOLA, entrev. cit).

Essa opção por divulgar a Galícia rural, leva em conta o público da TVG, concentrado nas classes sociais média baixa e baixa (49,1%) e proveniente de pequenos povoados (LÓPEZ, 2005).



Fonte: Instituto TNS – 2003: GECA Consultores, 2004

⁷⁴ Desde o ponto de vista cultural, a TVG é profundamente reducionista e não digo que falar da “gaita” seja ruim, digo que é ruim que só haja “gaita” (...) A metade da população galega é rural e conservadora. Esta gente se sente identificada com este tipo de imagem e de identidade cultural porque é a que eles possuem.



Fonte: Instituto TNS – 2003; GECA Consultores, 2004



Fonte: Instituto TNS – 2003; GECA Consultores, 2004

Os espectadores situados na faixa etária entre 45 e 64 anos configuram 33,3%, do total de público da emissora, enquanto que os maiores de 65 correspondem a 32,8%. Desta forma, 66,1% do público da emissora é formado por indivíduos de mais de 45 anos. Os jovens (13 a 24 anos), por sua vez, representam apenas 9,6%. Em relação à classificação por sexo, não se verifica discrepâncias entre a média televisiva e a média populacional. De acordo com López García (2005: 79-81), o desenho da programação da emissora foi tendendo a um perfil de espectador que pode ser definido como mulher, maior de 50 anos, habitante de um núcleo populacional de menos de 20.000 pessoas e com nível sócio-cultural médio baixo.

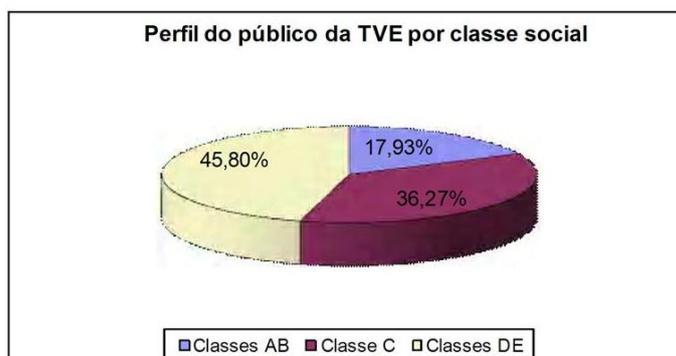
Anna Amorós e Miguel Túñez (1996) ao analisar os índices de audiência da emissora de 1994 e 1995 observam um ligeiro envelhecimento do público:

Unha primeira lectura deste dato permite suxerir a hipótese de que os principais grupos de consumo de televisión en

*galego están en zonas nas que a lingua se mantivo viva e en sectores poboacionais que contactaron con ela de nenos nunha situación de non conflito ou, se se quere, com ausência de elementos disuasorios ou repressores da súa utilización*⁷⁵ (AMORÓS e TÚÑEZ, 1996: 236).

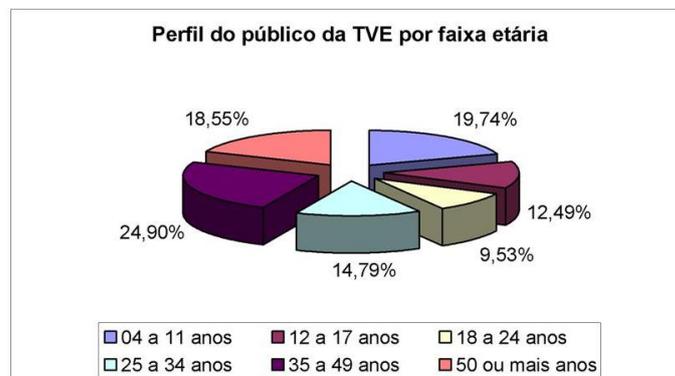
Ou seja, mais uma vez, a língua entra como ponto de identificação entre o espectador e a emissora, já que a presença do uso do castelhano nas zonas urbanas acontece de maneira mais constante. Não se pode, porém, desprezar outros aspectos, como faixa etária, perfil sócio econômico e origem do espectador, tendo em vista que a programação da TVG se orienta de maneira a manter a fidelidade de seu público.

A TVE, por sua vez, possui uma programação referência na área cultural, com ênfase na diversidade identitária baiana. Neste caso, a retransmissão de programas da TV Cultura contribui, em grande parte, para a qualidade dos programas da emissora. Sua audiência média mensal, porém, não ultrapassa 8 pontos em seus melhores desempenhos.

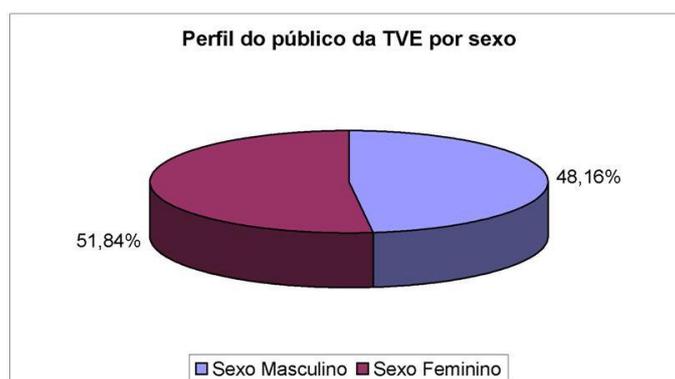


Fonte: IBOPE 2005 – Gerência de Marketing do IRDEB

⁷⁵ Uma primeira leitura deste dado permite sugerir a hipótese de que os principais grupos de consumo de televisão em galego estão em zonas em que a língua se manteve viva e em setores populacionais que contataram com ela desde a infância, numa situação de não conflito ou, se preferível, com ausência de elementos dissuasórios ou repressores da sua utilização.



Fonte: IBOPE 2005 – Gerência de Marketing do IRDEB



Fonte: IBOPE 2005 – Gerência de Marketing do IRDEB

Em relação ao perfil do público, a análise realizada pelo IBOPE contradiz o senso comum de que o espectador da TVE concentra-se nas classes A e B. Verifica-se uma grande penetração das classes C e DE, que somadas representam 82,07% do total de espectadores da emissora. Em relação à faixa etária, a TV baiana encontra grande aceitação infantil (04 a 11 anos), responsável por 19,74% de seu público. Já os adultos (considerando as três categorias que englobam desde os 18 aos 49 anos), correspondem a 49,22% do total. Em relação ao sexo, não há alterações diante da média populacional baiana, como também se verifica na TVG.

O diretor da *Televisión de Galicia*, Anxo Quitanilla (in LÓPEZ, 2005) afirma categoricamente que – apesar de todas as críticas em re-

lação à preocupação constante com a audiência, em prol do oferecimento de uma programação de qualidade – caso a emissora galega venha a possuir níveis de audiência próximos aos do Canal 2 da *Televisión Española* (cerca de 7%), a população exigirá o encerramento de suas atividades. Na Bahia, embora os níveis de audiência da TVE sejam inferiores nunca foi verificado movimentos por parte da população regional pelo seu fechamento.

CONCLUSÃO

Tendo em vista que a televisão, este “indiscutível fato da cultura de nosso tempo” (MACHADO, 2000:21), representa um destacado papel na sociedade contemporânea, este estudo se propôs a investigar as relações entre a trajetória de duas emissoras de TV públicas – a *Televisión de Galicia* e a Televisão Educativa da Bahia – e a cultura nas suas respectivas regiões da Espanha e Brasil. O caráter público das emissoras toma relevo, pois a televisão pública deve estar direcionada a superar a visão comercial e a relatar aos indivíduos como tornar-se um coletivo social (RINCÓN, 2002).

Os resultados da análise destas duas emissoras, e das estratégias desenvolvidas para a promoção e difusão da cultura, sugerem que a mídia televisiva, atualmente, mostra-se como uma ferramenta útil na formatação de artifícios de representação e reconhecimento dos indivíduos junto a um todo social. Assim, são confirmados estudos anteriores que se debruçam sobre o tema (MACHADO, 2000; RINCÓN, 2002; BUCCI e KEHL, 2005).

A TV, contudo, não age sozinha:

... sua presença social depende de como as demais instituições sociais fazem seu trabalho, uma vez que sua ação cultural é diluída na medida da presença da família, da escola, da religião, da tradição cultural, dos partidos políticos, das formas de governo, dos costumes de ética cotidiana da comunidade. Uma sociedade não é um efeito televisivo, é o tecido construído por um todo social a televisão é uma destas instituições produtoras de sentido. (RINCÓN, 2002: 17)”

Desta forma, tornar a televisão produtiva e propositiva é quase impossível fora das normas éticas e políticas assumidas pela coletividade.

Sob um outro ponto de vista, constata-se que tanto a TVE, como a TVG – por serem emissoras administradas e mantidas por órgãos governamentais, a saber, o Governo do Estado da Bahia, através da fundação IRDEB, e a *Xunta de Galícia*, respectivamente – veiculam uma imagem da região como berço de uma cultura vista de forma não problematizada. Agem, portanto, dando respaldo a projetos políticos do governo em exercício.

Estas duas emissoras atuam de maneira diferenciada quanto à difusão das identidades regionais. A TVG, com a sua política do uso do galego, tem no idioma um elemento tradicional de comunicação que a aproxima de seu público – em sua maioria, formada por pessoas que vivem na zona rural, de uma faixa etária avançada. O homem e a mulher da Galícia são representados a partir de uma nuance idílica e ruralizada da região, com grande ênfase no tema da imigração – outro traço marcante da identidade galega.

Já a TVE parte de uma relação histórica de reavivamento e valorização das tradições – através da oralidade, sotaques, gestual e danças da população do interior. Neste caso, a identificação se dá pelo sentimento de resgate dos elementos que constituem o universo vário da cultura baiana, que se opõe à idéia de um único texto identitário como representação da região. O baiano, por sua vez, mostra-se como o indivíduo que produz alegria de maneira intrínseca, independente de sua origem rural ou urbana, tendo em vista que, a programação da TVE dedica especial atenção à cobertura de eventos (shows de música popular da cidade, espetáculos teatrais e de dança, festas de largo, o carnaval alternativo do Pelourinho, etc.) da capital e as formas tradicionais de folguedos e festas rituais do interior.

O desempenho da emissora baiana, tendo em vista seu caráter educativo, merece relevo pela desvinculação de um conceito conservador de cultura, que legitima apenas seu formato erudito. A TVE afasta-se, então, do didatismo e da visão de cultura como algo retórico, em especial num país em que uma parcela ainda muito restrita da população tem acesso à educação formal.

Já a *Televisión de Galícia*, apesar de seus objetivos primeiros, de manter uma programação informativa e de serviço público, toma con-

tornos de emissora comercial, priorizando e mantendo espaços que possuem grande audiência, como programas de auditório e, mais recentemente, séries de ficção. Os programas caracterizados como culturais e de serviço público, como os de normalização lingüística, são transmitidos em horários marginais, obtendo baixos níveis de audiência.

Cabe enfatizar o descompasso da TVG em relação à TV Educativa da Bahia – e, em certa medida, da televisão espanhola em relação à brasileira – no que se refere à diversidade da programação e da experiência em outros gêneros, que não os tradicionais, como a transmissão ao vivo de eventos culturais, interprogramas e clipes (literários, ficcionais, de divulgação de eventos, etc.). Esta observação deve levar em consideração o fato de as emissoras brasileiras, em especial as regionais, funcionarem em rede, retransmitindo parte da programação de um canal gerador, o que diminui o custo de manutenção e propicia, na maioria das vezes, a manutenção de uma programação de qualidade superior.

Em relação às questões financeiras, o pesquisador em mídia e economista, Diego Portales Cifuentes (2002), assevera que a televisão pública não deve buscar seu financiamento somente no mercado publicitário, pois a urgência da resposta das audiências, que regulamenta a empresa comercial, impede a experimentação e o desenvolvimento da diversidade programática. Já o subsídio público gera efeitos diversos, caso seja utilizado no financiamento do *déficit* das empresas públicas, ou empregado como expressão da vontade positiva de promover determinados tipos de programas. Por sua vez, a proibição imposta às empresas públicas, dentro do marco das atuais políticas de redução do gasto público, estabelece sérias limitações ao seu funcionamento, gerando um privilégio das emissoras privadas.

É evidente a urgência em se desvincular a Televisão Educativa da Bahia do financiamento exclusivamente estatal, nos moldes conhecidos atualmente, tendo em vista que a dotação anual orçamentária da emissora não permite investimentos na inovação de sua programação, cobrindo apenas os gastos com funcionários e a realização dos projetos em andamento, ou de baixo custo. Ainda assim, a emissora, apesar de seu pequeno aporte de verbas, cumpre sua função de promover a cultura no estado.

Já a análise da *Televisión de Galicia* serve como marco para a cons-

tatação de que um grande montante de recursos não implica necessariamente a manutenção políticas de diversidade de programação e pluralidade na representação da população galega. Ou seja, a discussão sobre a televisão pública, não deve estar concentrada apenas na ampliação de fontes de financiamento, mas sim no desenvolvimento de políticas que busquem a manutenção da autonomia e da qualidade da programação destas emissoras.

O estudo de duas realidades distintas indica que as soluções propostas para a melhoria da televisão pública são de difícil resolução. Este estudo serve, portanto, como mais uma reflexão sobre a televisão pública, que deve ser vista como mais uma opção para o desenvolvimento, a democracia, a cidadania e, especialmente, a construção de identidades. Para tanto, a televisão pública, especialmente a regional, deve corresponder às necessidades e expectativas do seu público, exercer sua função de proximidade, abrindo espaço às parcelas excluídas na televisão comercial, com especial ênfase às manifestações e acontecimentos locais; realizar novas maneiras de expressão e cidadania na telinha; e promover a mobilização social.

REFERÊNCIAS

- ALARCON, Anderson de Oliveira. “A televisão e o instituto da concessão pública”. *Jus Navigandi*, Teresina, a. 10, n. 891, 11 dez. 2005. Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=7654>. Acesso em 31 mar. 2006.
- ALCALÁ, Xavier. *Contra a TVG*. 01 mai. 2002. Disponível em: <http://www.xornal.com>. Acesso em 14 jul. 2004.
- ALONSO FERNÁNDEZ, Bieito. “Idade Contemporânea: Século XX”. In: CALO LOURIDO, Francisco, et al. *História Xeral de Galicia*. Vigo: Edicións A Nosa Terra. 1997: 335-393.
- AMORÓS, A.; TÚÑEZ, M. “Os medios e a identidade cultural: lingua e audiencias televisivas”. In: Ledo Andión, Margarita (ed.): *Comunicación na periferia atlántica*, Santiago de Compostela, Universidade de Santiago de Compostela, 1996: 233-236.

- ARMENTEROS, Juan C. Gay. *La España del siglo XX*. Madrid: Edición, 1986.
- BERAMENDI, Justo G. “Os Usos ideolóxicos da etnicidade. Comparación dos Nacionalismos Galego e Español”. In: _____ (Coord). *Etnicidade e Nacionalismo*. Santiago de Compostela: Sección de Antropoloxía Cultural. Consello da Cultura Galega, 2001: 284-308.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. *Mercado brasileiro de televisão*. Aracaju, Universidade Federal de Sergipe, PROEX/CECAC/Programa Editorial, 1988.
- BORGES, Kátia. “Passo a passo, na Bahia”. Especial de 50 anos de TV. *A Tarde*, Salvador, 16 set. 2000.
- BORGES, Sérgio. “TV Educativa – 3 anos, Aniversário e Crise”. *Tribuna da Bahia*, 19 nov. 1988.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1997.
- BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. *Videologias*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- CANCLINI, Néstor García. “As identidades como espetáculo multimídia”. In: _____. *Consumidores e Cidadãos – Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: editora UFRJ, 1999: 164-177.
- CARMONA, Beth (org). *O desafio da TV pública: Uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade*. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.
- CARVALHO, Ana Lúcia B.. *A TV ao vivo – Uma história baiana*. Projeto de Conclusão de Curso. Salvador: Facom – Ufba, 1989.
- CAVALCANTE, Ana Cláudia. “Vinte anos de programação regional”. *A Tarde: Revista da TV*, p. 20. Salvador, 6 nov. 2005.

CEDÁN FRAGA, Antonio. *A televisión en Galicia*. Lea: Santiago de Compostela, 1998.

COLOMBIA, *Proyecto de Ley 149*, de 2002. Por la cual se modifica parcialmente la Ley 14 de 1991, Ley 182 de 1995, la Ley 335 de 1996 y la Ley 680 de 2001, se establece el régimen de prestación de servicio de la televisión pública y se dictan otras disposiciones. Disponível em: <http://www.proimagenescolombia.com/docs/leytelevisionproyecto149.doc>, acesso em 20 mar. 2006.

CORREGEDOR DO TSE CHEGA A SALVADOR PARA APURAR DENÚNCIA. *Tribuna da Bahia*, Salvador, 9 nov. 1994.

CRTVG. *Dicionario Galego*: Dicionario con máis de 7200 entradas. Disponível em: <http://www.crtvg.es/adicc/priportadaeleccion.htm>, acesso em 18 jan. 2006.

DIAS, Marcos. “Quinze anos em sintonia com a diversidade baiana”. *Correio da Bahia*, Salvador, 9 nov. 2000.

DÍAZ, Lorenzo. *Informe sobre la televisión en España (1989 -1998) – La década abordable*. Barcelona: Edición B. 1.ed.. 1999.

DURÁN, Ronaldo. *O xurdimento dos medios de comunicación galegos*. Santiago de Compostela, Consellería de Presidencia e da Administración Pública, Xunta de Galicia, 1989.

FABULOSOS PROGRAMAS DE TELEVISÃO HOJE E AMANHÃ NO CANAL – 5. *Diário de Notícias*, Salvador, 18 nov. 1961.

FRADKIN, Alexandre. “Histórico da TV Pública/Educativa no Brasil”. In: Beth Carmona (Org.). *O Desafio da TV Pública*. 1.ed.. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003: 56-62.

GECA Consultores. *El anuario de la televisión 2004. Guía de los profesionales, los programas y las empresas del sector en España*. Madrid: GECA Consultores, 2004.

- GIMÉNEZ, Gilberto. “Cultura, território, e identidades”. In: BARBERO, Jesús M; et al (ed.). *Cultura y Región*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia, 2000: 87-132.
- GONZÁLEZ REBOREDO, Xosé Manuel. “A construción de referentes de identidade etno-nacional. Algunhas mostras sobre Galicia”. In: ____ (Coord). *Etnicidade e Nacionalismo*. Santiago de Compostela: Sección de Antropoloxía Cultural. Consello da Cultura Galega, 2001: 201-284
- GREMAUDI, Amaury P.; VASCONCELLOS, Marco Antonio S. de; TONETO JR., Rudinei. Parte III: Abordagem Histórica da Economia Brasileira. In: _____. *Economia Brasileira Contemporânea*. 4.ed.. São Paulo: Atlas, 2002, cap.12: 319 – 460p.
- GREVE AFETA PROGRAMAÇÃO DA TV EDUCATIVA. *Jornal A Tarde*, Salvador, 10 mar. 1987.
- GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCHI, Sandra (orgs). *Textos em representações sociais*. Petrópolis: Vozes, 1995)
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 3 ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. “Tabelas das Grandes Regiões. *Censo Demográfico 2000 – Resultados do Universo*. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/tab_elagrandes_regioes211.shtm, acesso em 18 out. 2005.
- INSTITUTO GALEGO DE ESTATÍSTICA-IGE. *Principais datos de Galicia*. Disponível em: http://www.xunta.es/wiges/hipertablas/datos_basicos.jsp, acesso em 18 out. 2005.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA-INE. *España en cifras 2005*. Disponível em: <http://www.ine.es/prodyser/pubweb/espcif/espcif05.htm>, acesso em 18 out. 2005.
- LEDO ANDIÓN, Margarita. “O audiovisual”. In: LÓPEZ GARCÍA, Xosé. (coord.): *A comunicación en Galicia 2000*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega, 2001: 85-101.

- LEDO ANDIÓN, Margarita. “Tamén na televisión un mundo diverso é possible”. In: LÓPEZ GARCÍA, Xosé. (coord.). *A comunicación en Galicia 2002*. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega, 2002: 75-84.
- LÓPEZ GARCÍA, Xosé. (coord.). *Tres décadas de Televisión en Galicia: Cronoloxía e posicións perante o desafío den novo modelo audiovisual*. Santiago de Compostela: Sección de Comunicación. Consello da Cultura Galega, 2005.
- LÓPEZ, Bernat. *Televisión de proximidad y culturas minoritarias: complejidades de una relación*. Comunicação apresentada no congresso Comunicação e Cultura, Santiago de Compostela, 1998. Disponível em: www.portalcomunicacion.com/oclc/cat/pdf/tvprox.pdf, acesso em 20 mar. 2006.
- LUBISCO, Nídia; VIEIRA, Sônia. *Manual de Estilo Acadêmico: Monografias, Dissertações e Teses*. Salvador: EDUFBA, 2002.
- KOSHIBA, Luís; PEREIRA Denise M. F.. “O Brasil Republicano”. In: _____. *História Geral e do Brasil: Trabalho, cultura e Poder*. São Paulo: Atual Editora, 2004. cap. VIII, 348-406 p.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora SENAC. 2000.
- MANEIRO VILA, Arturo. *Funcións da TV Autonómica Galega e do Centro Rexional de TVE en Galicia: Investigación sobre a razón de ser de duas ofertas públicas de TV nunha Comunidade Autónoma*. Santiago de Compostela: Consellería de Presidencia e da Administración Pública, Xunta de Galicia, 1989.
- _____. *Influencia da TVG na promoción do galego*. Santiago de Compostela: Lea, 1993.
- MARIA, Cássia. “Depois de 12 anos a Bahia inaugura sua TV Educativa”. *Jornal da Bahia*, Salvador, 8 nov. 1985.
- MARTÍNEZ HERMIDA, Marcelo. “As indústrias Audiovisuais en Galicia”. In: LEDO ANDIÓN, Margarita. (Ed.). *Comunicación*

na periferia atlântica. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, 1996: 115–124.

MARTINS, Estevão. *Cultura e Poder*. Brasília: IRBI, 2002.

MAX, Clécio. “TVE Moderniza-se na Bahia”. *A Tarde*, Salvador, 20 nov. 1994.

MATTOS, Sérgio. *A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950 – 2000)*. Salvador: Editora PAS-Edições Ianamá, 2000.

MIGUEZ DE OLIVEIRA, Paulo César. *A Organização da Cultura na “Cidade da Bahia”*. Salvador: Tese de Doutorado da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, 2002.

MINISTERIO DAS COMUNICAÇÕES. *Rádio e TV: Perguntas e Respostas*. Disponível em:
http://www.mc.gov.br/rtv/perguntas_resp/default.htm, acesso em 20 mar. 2006.

MOREIRA, Patrícia. “A difícil tarefa da TVE de levar uma programação educativa e alternativa”. *Correio da Bahia* Salvador. 19 out. 1991.

MOURA, Milton. *Carnaval e baianidade: Arestas e Curvas na Coreografia de Identidades do Carnaval de Salvador*. Tese de Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas na Universidade Federal da Bahia, 2000.

NO AR, A TV EDUCATIVA CANAL-2. *Correio da Bahia*, Salvador, 9 nov. 1985.

OBELLEIRO, Luís. “Idade Contemporânea: Século XIX”. In: CALO LOURIDO, Francisco, *et al.* *História Xeral de Galícia*. Vigo: Edicións A Nosa Terra. 1997: 273-331.

OLIVEIRA, Francisco de. “Introdução”. In: _____. *Elegia para uma re(li)gião: SUDENE, Nordeste.Planejamento e conflito de classes*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977: 21-44.

- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1998.
- _____. *Cultura brasileira e identidade nacional*. SP: Brasiliense, 2ed., 1994.
- PALACIO, Manuel. *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa, 2001.
- PIRES NETO, Josias. *Bahia Singular e Plural: registro audiovisual de folguedos, festas e rituais populares*. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, Fundação Cultural, 2005.
- PORTALES FUENTES, Diego. “A EMPRESA: A televisão pública na América Latina: crises e oportunidades” In: RINCÓN, Omar (Org). *Televisão pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo, Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002: 119-153.
- RINCÓN, Omar. “A TELEVISÃO: o mais importante do menos importante”. In: _____ (Org). *Televisão pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo, Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002: 13-39.
- RISÉRIO, Antonio. *Uma história da Cidade da Bahia*. Rio de Janeiro: Versal Editores, 2ed., 2004.
- ROCHA, Renata. *Só se vê na TV Bahia: A Trajetória da emissora de maior audiência no Estado*. Salvador: Relatório de Pesquisa – CNPq/PIBIC, 2003.
- ROCHA, Renata. *Televisão e Cultura: A cena baiana*. Salvador: Relatório de Pesquisa – CNPq/PIBIC, 2004.
- RUBIDO, Bieito. *Radiodifusión pública: um modelo a redefinir*. Santiago de Compostela: Lea, 1996.
- RUBIM, Antonio Albino C.. “ACM: Poder Mídia e Política”. *Revista Comunicação e Política*, Rio de Janeiro, v. VIII, nº 02, mai./ago. 2001: 107-128.
- _____. *Comunicação, mídia e cultura na Bahia contemporânea*. Bahia Análise & Dados. Leituras da Bahia I, Salvador, v.9, n. 4, mar. 2000a: 74-89.

- _____. *Zona de Fronteira. Comunicação e política*. São Paulo: Hocker, 2000b.
- _____. , e RUBIM, Lindinalva. “Televisão e Políticas Culturais no Brasil”. In: *Revista da USP*. São Paulo: mar./abr./mai. 2004: 16-29.
- RUBIM, Lindinalva. “Para quem não foi à Bahia”. In: _____ *O Feminino no Cinema de Glauber Rocha*. Rio de Janeiro: Tese de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1999: 8-97.
- SANTAMARINA, Cristina. La construcción de la mujer moderna en la sociedad de consumo española. *CIMOP*. Disponível em: <http://www.cimop.com/pdf/cimop6.pdf>, acesso em 05 out. 2005.
- SÉRIE RESGATA MANIFESTAÇÕES CULTURAIS DA BAHIA, *Tribuna da Bahia*, Salvador: 11 abr. 1998.
- SIMÕES, Cassiano F. *A TV regional e a globalização*. Disponível em: http://www.cinform.ufba.br/v_anais/artigos/cassiano.html acesso em 31 jan. 2006.
- SODRÉ, Muniz. *A máquina de Narciso – televisão, indivíduo e poder no Brasil*. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.
- TAMANES, Ramón; QUESADA, Sebastián. *Imágenes de España: Panorama de la formación de España y de las culturas hispánicas*. Madrid: Edelsa, 2001.
- TV-E HOJE NOS ARES DA BAHIA. *Jornal da Bahia*, Salvador: 19 nov. 1985.
- TV-EDUCATIVA. *A Tarde*. Salvador: 20 nov. 1967.
- TV EDUCATIVA ENTRA NO AR EM CARÁTER EXPERIMENTAL SOMENTE PARA A FEDERAÇÃO. *Tribuna da Bahia*, Salvador: 10 mar. 1985.

TV EDUCATIVA ENTRA NO AR PRECARIAMENTE. *A Tarde*.
Salvador: 11 abr. 1985.

VALIM, Jussara; BIONDO, Thiana, *Televisão na Bahia – 40 anos de história*. Salvador, 2002. Texto apresentado no Redecom.

WOLTON, Dominique. *Elogio do Grande Público – Uma Teoria Crítica da Televisão*. São Paulo: Ed. Ática, 1996.