

Considerações para a implantação de uma Comunicação Pública na Agência Brasil Central

Comissão dos Servidores da Agência Brasil Central
Goiânia, janeiro de 2015.

A comissão de servidores da atual Agência Brasil Central empenhada na composição deste trabalho, conta com o apoio das seguintes entidades:

Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de Goiás

SINDICOM - Sindicato dos Trabalhadores em Comunicação de Goiás e Tocantins

SINDIPÚBLICO - Sindicato dos Trabalhadores no Serviço Público do Estado de Goiás

Associação Brasileira de Documentaristas - Seção Goiás.

Centro Acadêmico Silvio Medeiros do curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Estadual de Goiás

FNDC - Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação

Considerações para a implantação de uma Comunicação Pública na Agência Brasil Central

Este documento é resultado do trabalho da comissão dos servidores da antiga Agência Goiana de Comunicação (AGECOM), formada para estudar modelos de gestão de veículos de comunicação pública dentro e fora do país, com a finalidade de transformar a recém criada Agência Brasil Central em um espaço verdadeiramente público e independente.

Considerando a história e o potencial da estrutura de Rádio, TV e Imprensa Oficial do Estado de Goiás para se tornar referência em conteúdo de qualidade, um grupo de servidores passou a se reunir quinzenalmente, desde junho de 2014, para discutir melhorias para a agência. Definiu-se como um Grupo de Trabalho em Comunicação Pública (GT) com interesse em compreender o campo da comunicação pública a partir de pesquisas bibliográficas e diálogo com especialistas. O grupo pretende aprofundar os estudos e difundir o conhecimento com a realização de seminários sobre o tema.

Durante os trabalhos, o GT acabou se aproximando de profissionais de empresas públicas e entidades ligadas à comunicação. Assim, o grupo foi convidado a participar do Fórum Brasil de Comunicação Pública, realizado nos dias 13 e 14 de novembro de 2014, na Câmara dos Deputados, em Brasília. A participação no Fórum serviu para o GT comparar a realidade da Agecom com as outras emissoras públicas do país, além de se inteirar das reivindicações de organizações da sociedade civil.

O GT continua trabalhando para que os seminários aconteçam em 2015. Todavia, a Reforma Administrativa, regulamentada pelas leis nº 18.687, de 03 de dezembro de 2014, e nº 18.746, de 29 de dezembro de 2014, trouxe urgência aos trabalhos do grupo, já que a referida reforma gerou um clima de incerteza acerca da gestão das emissoras do Sistema Brasil Central e Imprensa Oficial, que foram separados do órgão de publicidade do Governo Estadual.

Diante deste cenário, os servidores se reuniram e resolveram formar uma comissão que representasse os trabalhadores da Agecom, juntando-se aos estudos do GT formado anteriormente. Esta comissão ficou responsável por elaborar um documento com o posicionamento dos servidores acerca do melhor modelo de gestão para a empresa, considerando um projeto que prime pela qualidade de conteúdo e otimização no uso dos recursos, sejam eles materiais ou humanos.

A entrega deste documento à sociedade e ao governo do Estado marca não só uma posição pública dos servidores do órgão, mas uma vontade de ver

as emissoras de TV e Rádios Brasil Central e Imprensa Oficial funcionando em prol da sociedade, à exemplo de emissoras públicas reconhecidas mundialmente, como a inglesa BBC, a americana PBS, a francesa France Television, a portuguesa RTP, a espanhola TVE e a canadense CBC.

A comissão trabalhou com três possíveis cenários de gestão para a agência: Organização Social (OS), Fundação Pública ou Empresa Pública, levantando as leis que regulamentam cada entidade. O trabalho focou nas emissoras de maior destaque no campo da comunicação pública no Brasil, procurando mostrar as características de gestão que garantem qualidade, sendo elas: EBC (Empresa Brasil de Comunicação), a EPC (Empresa Pernambuco de Comunicação), a TV Cultura (Fundação Padre Anchieta - Centro Paulista de Rádio e TV Educativas) e a TV Minas (Fundação TV Minas Cultural e Educativa).

A intenção é propor a transformação das emissoras do Sistema Brasil Central em públicas com finalidades educativas e culturais através da adoção de um modelo de gestão que tenha participação da sociedade civil, garantindo o cumprimento do Artigo 221 da Constituição Federal:

“Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.”

Agecom

A Agência Goiana de Comunicação, recém transformada em Agência Brasil Central, é jurisdicionada à Secretaria da Casa Civil e envolve em seu complexo de comunicação:

- **Imprensa Oficial**, da qual o primeiro exemplar circulou em 3 de junho de 1837;
- **Rádio Brasil Central AM**, inaugurada em 3 de março de 1950 e transmitida ao mundo por ondas médias 1270 AM, curtas 11.815 OC e tropicais 4.985 OC, hoje também pela internet através do endereço www.radiobrasilcentral.com.br;
- **RBC FM 90,1**, inaugurada em 03 de março de 1974, disponível também em www.rbcfm.com.br;
- **TV Brasil Central** transmitida em Goiânia pelo canal 13 VHS, 31 UHF (digital), 20 da Net, sinal digital via satélite para todo o Brasil, pela internet em www.tvbrasilcentral.com.br, bem como em demais cidades do estado e em Alto Araguaia (MT), foi criada em 1975;
- **Sítio oficial** na internet do governo estadual www.goiasagora.go.gov.br, no ar desde 26 de abril de 2000.

Apesar da ampla tradição desses veículos, a estrutura da agência hoje se apresenta sucateada, o que compromete a qualidade do serviço público prestado à população, seja em relação à qualidade técnica, seja em relação ao conteúdo oferecido.

Os problemas estruturais passam por diversas áreas da agência, entre eles: estúdios velhos, equipamentos antigos e insuficientes, mobílias estragadas, *softwares* defasados, falta de oferta de capacitação específica aos funcionários, redução do alcance do sinal da rádio AM e baixa qualidade no sinal da TV. Outro exemplo é o parque gráfico da Imprensa Oficial que está muito atrasado e limita-se a rodar apenas o Diário Oficial e a segunda sessão do Diário da Justiça, enquanto poderia servir para divulgar a cultura escrita e gráfica de artistas goianos, e demais serviços gráficos utilizados pelos órgãos da administração estadual.

O diretor-presidente da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), Nelson Breve, disse aos membros do GT durante o Fórum Brasil de Comunicação Pública que “o caso da Agecom é único em todo o país: uma emissora estatal com concessão comercial”. Vale ressaltar que no momento histórico da concessão da Rádio Brasil Central (1950) não havia outro modelo.

Apesar de ser gerida com recursos públicos, advindos de impostos do contribuinte, a característica “comercial” da concessão faz com que as emissoras se confundam com a comunicação privada. Isso se reflete nas características da propaganda e dos programas veiculados, que nem sempre atendem aos prin-

cípios da comunicação no Brasil estabelecidos em lei. Não há um direcionamento claro e coeso para as ações da Brasil Central, pautados em visão, missão e valores, o que acarreta uma grade de programação que por vezes apresenta entretenimento popularesco e sensacionalista, cenas de violência explícita, disseminando preconceitos, estereótipos, além de tratar o espectador apenas como consumidor. Quando a lógica do interesse público é deturpada em benefício de interesses privados e comerciais, há falhas no cumprimento do papel do estado.

O fato de termos no Sistema Brasil Central uma concessão comercial, não impede que o governo opte por um projeto de comunicação pública, que contemple a diversidade, pluralidade, promoção da cidadania e participação popular.

Desde 2010, quando houve o primeiro e único concurso para contratação de profissionais, muitos destes se posicionaram em defesa da qualidade na produção e veiculação de conteúdos, do compromisso com a sociedade e da manutenção na estrutura técnica (transmissores, gerador de energia, antenas e equipamentos em geral). Nos últimos quatro anos, esses profissionais levaram a TV e rádios Brasil Central a conquistar mais de 30 prêmios jornalísticos, estaduais e nacionais, bem como o reconhecimento da qualidade dos programas “Sessão Jazz” e “Na Trilha do Blues”, elogiados pelo próprio governador Marconi Perillo em cartas direcionadas às equipes realizadoras:

“É certo que a cultura musical difundida pelos trabalhos feitos por essa excelente equipe em muito enriquece a alma dos ouvintes, como também eleva o espírito humano em sua mais alta manifestação de subjetividade e singularidade, próprias da percepção e sensibilidade musical de todos nós. Parabênço o trabalho (...), assim como a independência e autonomia profissional de cada servidor em construir constantemente o acervo musical da rádio e a inovação de formatos”.

As matérias premiadas e os elogios aos programas mostram que qualidade e respeito à sociedade conquistam audiência, reconhecimento e credibilidade.

Nelson Breve explicou que a tendência é que em pouco tempo todas as emissoras estatais estejam vinculadas à EBC, compartilhando da mesma visão de comunicação pública e, assim, aptas a receber investimentos consideráveis em suas estruturas. Alguns incentivos já tem sido anunciados, como a liberação pela Agência Nacional de Cinema de R\$ 60 milhões para a produção de programas destinados às TVs públicas.

Antes dos servidores conhecerem o modelo de gestão a ser adotado pela nova Agência Brasil Central, criada na Reforma Administrativa, a comissão havia se debruçado sobre a análise de alguns modelos adotados em outras emissoras estatais comprometidas com a qualidade de seus conteúdos.

“O fato de termos no Sistema Brasil Central uma concessão comercial, não impede que o governo opte por um projeto de comunicação pública, que contemple a diversidade, pluralidade, promoção da cidadania e participação popular.”

Modelos de Gestão

Organizações Sociais

As Organizações Sociais (OS) surgiram através da lei nº 9.637 de 15 de maio de 1998, onde ficou definido que as OSs são oriundas da disposição do Poder Executivo em qualificar pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, para exercerem atividades de interesse público. Atividades estas, dirigidas ao ensino, pesquisa científica, proteção e preservação do meio ambiente, cultura, saúde e desenvolvimento tecnológico, com requisitos previstos na Lei.

Em Goiás, a Lei nº 15.503 de 28/12/2005, dispõe sobre a qualificação de entidades como organizações sociais estaduais. Essa lei já sofreu várias alterações e de acordo com a última delas, o governo goiano permite a atuação de OS em assistência social, cultura, educação, desenvolvimento tecnológico, gestão de atendimento ao público, gestão de serviços sociais e auxiliares em unidades prisionais, integração social do menor infrator e garantia de seus direitos individuais e sociais, pesquisa científica, proteção e preservação do meio ambiente e saúde.

As OS devem ser regidas por um Conselho de Administração estruturado nos termos do respectivo estatuto, sendo garantida a participação de representantes do poder público e de entidades da sociedade civil. Para a remuneração da diretoria das OS podem ser destinados até 4% (quatro por cento) dos repasses mensais realizados pelo Poder Público.

Ainda são poucas as experiências de OS na administração de emissoras de comunicação. A vantagem dessas entidades quanto à agilidade na compra de materiais e contratação de serviços, devido a dispensa de licitação, não são relevantes na comunicação pública como para a área de saúde. A busca pela eficiência na gestão centraliza o poder que afasta a entidades da sociedade da produção e exibição de conteúdos independentes.

Em Pernambuco foi criada, em 2003, uma Organização Social para fazer a gestão da TVPE, a Movimagem. Após 10 anos, a OS pouco acrescentou em qualidade à emissora. Hoje a Movimagem está com contrato de gestão vencido e “limitando-se até aqui a agenciar programas para exibição na TV PE, sem que esta se beneficie dos recursos advindos de tais contratos”¹.

Em Minas Gerais, uma parceria iniciada em 2003 entre a Rede Minas e a Associação de Desenvolvimento da Radiodifusão (uma OSCIP - Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) acabou de forma desastrosa. A parceria com a Oscip, que funcionava apenas como agente intermediador de mão-de-obra, provocou o descumprimento do Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) assinado com Ministério Público do Trabalho em que se comprometia a realizar concurso e acabar com a terceirização da atividade-fim. Por considerar uma

¹ Essa TV vai pegar. Relatório do Grupo de Trabalho de Reformulação da TV Pernambuco.

terceirização ilícita, o Tribunal Regional do Trabalho condenou a Fundação TV Minas a pagar multa de R\$ 3,8 milhões. Dois anos depois a Fundação foi obrigada a realizar seu primeiro concurso para os cargos de técnico e analista de TV.

Fundações Públicas

As Fundações Públicas são entidades dotadas de personalidade jurídica de direito público ou de direito privado (dependendo da lei instituidora), sem fins lucrativos e criadas em virtude de autorização legislativa para o desenvolvimento de atividades de interesse público. São criadas por lei específica e regulamentadas por decreto, independentemente de qualquer registro.

Até pouco tempo, a maior referência em emissora pública no Brasil era a TV Cultura, criada em 1967 pelo Governo de São Paulo e gerida pela Fundação Padre Anchieta. A Fundação conta com direito privado, autonomia política e administrativa para manter a TV Cultura e outros canais de comunicação como as Rádios Cultura FM e Cultura Brasil AM.

Não há como negar que o modelo de gestão escolhido pela TV Cultura foi determinante pelo sucesso alcançado no campo da comunicação pública. Em 2013, pesquisa da BBC (British Broadcasting Corporation - emissora pública de rádio e televisão do Reino Unido fundada em 1922), colocou a TV Cultura como a primeira colocada no conceito qualidade no continente americano e a segunda no mundo. Tudo isso, devido à sua programação diversificada, plural e voltada ao interesse público.

O caráter jurídico da Fundação Pública possibilitou a TV Cultura se distanciar do controle governamental durante todos esses anos, diferenciando-a da comunicação estatal. Na Fundação, a Diretoria Executiva só pode administrar com o apoio do Conselho Curador, que conta com 47 membros, entre eles representantes de universidades, institutos de pesquisa, entidades culturais, servidores da Fundação e dos poderes Executivo e Legislativo. O Conselho é quem define as decisões estratégicas e à Diretoria cabe apenas a execução das atividades da entidade.

Outras emissoras seguiram o mesmo caminho e optaram pela figura jurídica da Fundação como forma de garantir uma programação voltada ao interesse da sociedade. Um exemplo é a Fundação TV Minas Cultural e Educativa, criada em 1984 por Tancredo Neves, onde o governo divide com a sociedade civil o papel de coordenar as ações da emissora pública. Mas foi só em 1993 que o governo estadual definiu o papel social da Fundação TV Minas, criando a Lei 11.179 que a transformou em fundação pública sem fins lucrativos, com autonomia administrativa e financeira, isenta de tributação estadual e detentora de privilégios legais atribuídos a entidades de utilidade pública.

Empresas Públicas

As Empresas Públicas são entidades empresariais com personalidade jurídica de direito privado e participação única do Poder Público no seu capital e direção na forma da lei, sendo de propriedade única do Estado. É pessoa jurídica de direito privado, sem privilégios estatais, salvo as prerrogativas que a lei especificar em cada caso particular, para a realização das atividades desejadas pelo Poder Público.

Em 2007, o Governo Federal criou a Empresa Brasil de Comunicação para gerir a TV Brasil (incorporando a TVE/RJ), a Agência Brasil e a Radioagência Nacional. Esta experiência representou um novo marco para a TV pública brasileira, com a retomada de um projeto centralizador que busca manter um aparato próprio de comunicação a fim de fazer concorrência às redes nacionais de televisão. A natureza ambivalente da Empresa Pública possibilita ao governo agir estrategicamente no mercado econômico, mas sem abrir mão da prestação de serviço público.

Assim como a reconhecida emissora pública de Londres, BBC, a Empresa Brasil de Comunicação é uma empresa independente de intervenção do governo. Seus veículos tem autonomia para definir produção, programação e distribuição de conteúdos, desde que tenham caráter jornalístico, educativo ou cultural.

Na sua estrutura organizacional, o Diretor-Presidente, que é nomeado pelo Presidente da República, se limita a executar as estratégias definidas pelos conselhos de Administração e Curador. O Conselho Curador é composto por 22 membros: 15 representantes da sociedade civil, quatro do Governo Federal, um da Câmara dos Deputados, um do Senado Federal e um funcionário da Empresa.

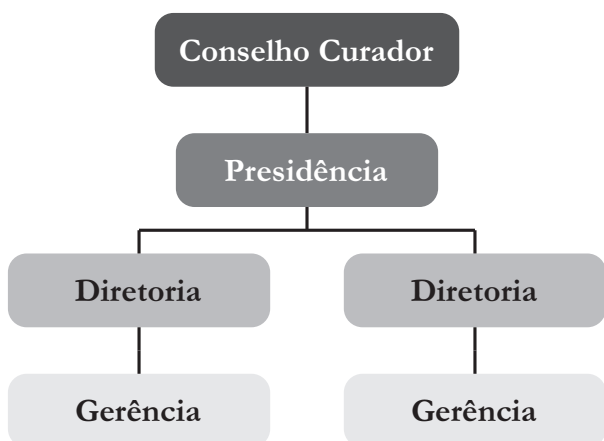
Seguindo o modelo federal, o Governo de Pernambuco também considerou a Empresa Pública a figura jurídica mais adequada para a gestão de um canal comunicação, criando em 2008 a Empresa Pernambuco de Comunicação. A EPC também tratou de garantir na sua gestão a autonomia em relação ao governo estadual e a participação da sociedade no Conselho Diretor.

Quadro Comparativo

Fundação Pública	Autarquia	Empresa Pública	Organização Social
Pessoa jurídica de direito público	Pessoa jurídica de direito público	Pessoa jurídica de direito privado	Pessoa jurídica de direito privado
Executa serviços de interesse do Estado	Executa serviços do Estado	Exerce atividade econômica	Exerce atividade de interesse público de natureza social
Bens Impenhoráveis	Bens Impenhoráveis	Bens Penhoráveis	Não possui patrimônio
Contratos através de licitação	Contratos através de licitação	Contratos através de licitação	Contratos sem licitação
Autonomia Administrativa e Financeira	Autonomia Administrativa e Financeira (sem autonomia política)	Autonomia administrativa e Financeira	Autonomia Administrativa e Financeira
Estatutários	Estatutários	Celetistas	Celetistas/ Estatutários (cedidos pelo Estado)
Sem fins lucrativos	Sem fins lucrativos	Fins Lucrativos	Sem Fins Lucrativos

Conselhos

A existência de um órgão colegiado interno com maioria da sociedade civil é fundamental para zelar que os conteúdos produzidos ou divulgados por uma emissora de comunicação pública sejam orientados pelo interesse público. A criação de um órgão dessa natureza na instituição é a garantia de autonomia editorial em relação aos governos e ao mercado, com o estabelecimento de um instrumento estável e permanente com a sociedade.



O Conselho Curador fica hierarquicamente acima da direção/presidência. Ele estabelece a linha editorial e administrativa a ser executada pela empresa.

Na experiência bem sucedida de comunicação pública internacional, os conselhos variam quanto à forma, funcionamento, composição e duração do mandato, mas guardam, entre si, a prerrogativa fundamental de controlar a linha editorial e a qualidade dos conteúdos veiculados. O Conselho Curador é o instrumento de participação da sociedade na gestão destas emissoras, diferenciando-os dos canais meramente estatais, controlados exclusivamente por governos ou pelo mercado. O conselho deve ainda acompanhar e fiscalizar a veiculação

da programação, cujas observações devem ser obrigatoriamente recebidas pela Diretoria, podendo emitir voto de desconfiança à Diretoria ou um dos diretores.

A experiência mostra que independente da natureza jurídica da entidade à frente da gestão de um canal de comunicação, é o conselho que garante os princípios fundamentais da comunicação pública:

- Independência editorial;
- Participação direta da sociedade civil na administração da empresa;
- Atenção e respeito às diversidades da sociedade na qual está inserido;
- Ser transmissora de conteúdos independentes;
- Programação voltada ao interesse público, com foco na criatividade, inovação, ética e qualidade.
- A sustentabilidade política e econômica, com base na sociedade, através da diversificação das fontes de financiamento;
- O zelo e transparência no uso dos recursos técnicos e financeiros;
- Qualificação dos recursos humanos.

Comunicação Pública

É importante destacar que Comunicação Pública é diferente de comunicação governamental (estatal) e de comunicação política. A comunicação governamental é a praticada por um determinado governo, visando a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e o reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social. Enfim, é uma forma legítima do governo se fazer presente perante a população.

Comunicação política, ou marketing político, é uma forma de divulgação de um político ou de um partido político, com foco no processo eleitoral, e carece, portanto, da indispensável legitimação da sociedade.

Tanto a comunicação governamental como a política buscam atingir a opinião pública, freqüentemente usando a propaganda, buscando respostas rápidas e efeitos imediatos que possam ser aferidos pelas pesquisas e transformados em estratégias de campanha.

Já o conceito de Comunicação Pública relaciona-se diretamente com a correta compreensão do termo “bem público”. Esse termo, por muitos anos, foi entendido erroneamente como o “bem”, ou “aquilo” que não pertence a ninguém. No atual contexto, o “bem público” tem sido reconhecido como “aquilo” que pertence a todos. Logo, deve ser tratado e defendido como próprio da sociedade, por dever e direito.

“A Comunicação Pública é a comunicação que acontece no espaço público e pretende ser um meio de negociação, debate e interesse público, envolvendo a Sociedade Civil, o Estado e o Governo” (GONSALVES, Ana Carolina S. & MIRANDA, Cecília Fonseca. *A Comunicação Pública no processo de Mobilização social*).

O campo da comunicação pública, segundo Jorge Duarte¹ em seu artigo *Comunicação Pública*, inclui tudo que diga respeito ao aparato estatal, às ações governamentais, partidos políticos, terceiro setor e, em certas circunstâncias, às ações privadas. A existência de recursos públicos ou interesse público caracteriza a necessidade de atendimento às exigências da comunicação pública.

A Constituição Federal de 1988 estabelece em seu artigo 223 que as emissoras de rádio e televisão brasileiras são organizadas em três sistemas: público, privado e estatal. Como este artigo ainda não foi regulamentado, a definição do campo de atuação das emissoras quanto aos três sistemas é definida pelo seu objetivo final. Assim, o sistema de comunicação pública é formado por emissoras que atuam sem finalidade comercial e têm como objetivo repercutir a diversidade e pluralidade cultural da sociedade, promovendo os direitos humanos e contribuindo para a construção da cidadania. Até as emissoras que explo-

¹ Jorge Duarte é jornalista, relações-públicas e doutor em Comunicação. Professor de pós-graduação, é funcionário da Embrapa e atua na Subsecretaria de Comunicação Institucional da Secretaria-Geral da Presidência da República. É organizador dos livros “Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação” e “Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia”.

ram comercialmente seus espaços, com a veiculação de propagandas, podem se manter no campo da comunicação pública, desde que suas finalidades não sejam o lucro, como acontece com as emissoras do sistema privado.

Já as concessões de TVs Educativas e as Rádios Comunitárias têm regulamentações próprias (leis nº 236/67 e 9.612/98 respectivamente) e não podem explorar comercialmente sua programação.

“A Comunicação Pública é a comunicação que acontece no espaço público e pretende ser um meio de negociação, debate e interesse público, envolvendo a Sociedade Civil, o Estado e o Governo”

Conclusão

A confusão entre exploração comercial e finalidade comercial pode ser notada nas emissoras do Sistema Brasil Central, mas o financiamento por meio da publicidade não implica a exclusão da emissora do campo público, visto que sua finalidade ainda deve ser cultural e educativa. Assim como acontece com outras emissoras públicas no mundo, como a televisão alemã ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen), onde 75% são verbas federais e o restante são recursos próprios, a verba publicitária da ABC se configura apenas como fonte extra, sendo que a principal é advinda do Governo Estadual através dos impostos do contribuinte.

O convênio firmado no dia 17 de agosto de 2000 entre a União e o Governo de Goiás para executar o serviço de radiodifusão em Goiânia, através da Agecom, deixa claro qual deve ser a finalidade de sua comunicação:

Cláusula 1º. *Fica assegurado ao Governo do Estado de Goiás, através da Agência Goiana de Comunicação – AGECOM, o direito de executar, sem exclusividade, na localidade de Goiânia, Estado de Goiás, o serviço de radiodifusão de sons e imagens, com finalidades educativas e culturais, visando aos superiores interesses do País e subordinada às obrigações instituídas neste ato.*

A separação da TV, da Rádio e da Imprensa Oficial do órgão de propaganda do governo, feita na Reforma Administrativa, acaba também com outra confusão que existia na antiga Agecom: afinal, essas mídias devem ser públicas ou estatais? Essa mudança sugere um interesse do Governo de Goiás em desatrelar as emissoras de autoridades do governo e apontar numa direção efetivamente pública. Esse é o primeiro passo para deixarmos de ser meros instrumentos de comunicação institucionais do Estado, para que se construam canais e dinâmicas de expressão de toda a diversidade cultural de Goiás.

Independente da personalidade jurídica adotada na gestão das emissoras do Sistema Brasil Central, a experiência mostra que o importante é a participação social no veículo, não apenas na sua programação com a exibição de produções de qualidade e/ou independentes, mas principalmente em sua composição. Para isso, torna-se imprescindível a figura de um Conselho Curador, com maioria de representantes da sociedade civil, a fim de prevalecer o interesse da sociedade acima de interesses econômicos e políticos.

As propostas apresentadas neste documento são motivadas pela vontade de tornar as emissoras públicas do Estado de Goiás uma referência nacional, trazendo a sociedade goiana para ocupar, definitivamente, este espaço de comunicação. Vale salientar que essa transformação contribuirá não só para a sociedade, mas para a imagem de um governo moderno.

Propostas

- Reformulação da gestão da TV e Rádio Brasil Central, Sítio e Imprensa Oficial com base em modelos de sucesso na comunicação pública, garantindo a independência dos veículos e a participação social na administração;
- Implantação de um Conselho Curador, resguardando espaço para os servidores efetivos e membros da sociedade civil interessados na melhoria da qualidade dos serviços prestados;
- Criação de um plano de carreira que valorize os trabalhadores e estimule a formação e a capacitação, com quadros de remuneração adequados;
- Definição de princípios que norteiem uma linha editorial e programação com caráter educativo e cultural, que respeite a diversidade social, política, cultural, étnica, de gênero;
- Garantir espaço para veiculação de produções locais e independentes;
- Diversificar e ampliar a captação de recursos financeiros para as emissoras, através de editais, apoio cultural, parcerias, patrocínio, entre outros;
- Incrementar as relações de parceria com a Rede Nacional de TVs Públicas, que já conta com 15 emissoras públicas estaduais, 4 canais da TV Brasil e 7 emissoras universitárias federais; além da Rede Nacional de Rádios Públicas, que ainda está sendo criada.
- Garantir uma estrutura física e tecnológica adequada para assegurar qualidade de sinal na transmissão.

Bibliografia

FÓRUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO. Plataforma pelo Fortalecimento da Comunicação. Brasília, 2014.

GRUPO DE TRABALHO DE REFORMULAÇÃO DA TV PERNAMBUCO. Essa TV vai pegar – Proposta de Reformulação da TV Pernambuco. Pernambuco, 2013.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988.

BRASIL. Lei n. 4.117, de 27 de agosto de 1962. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações.

BRASIL. Decreto-Lei n. 236, de 28 de fevereiro de 1967. Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962.

BRASIL. Decreto n. 52.795, de 31 de outubro de 1963. Aprova o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão

BRASIL. Lei n. 10.610, de 20 de dezembro de 2002. Dispõe sobre a participação de capital estrangeiro nas empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

BRASIL. Decreto n. 2.108, de 24 de dezembro de 1996. Altera dispositivos do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, aprovado pelo Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963, e modificado por disposições posteriores.

BRASIL. LEI n. 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitário.

MINAS GERAIS. Lei 11179 DE AGOSTO DE 1993. Reorganiza a Fundação TV MINAS - Cultural e Educativa, estabelece níveis de vencimentos e dá outras providências

SÃO PAULO. Decreto n. 25.117 de 6 de maio de 1986. Aprova o novo Estatuto da Fundação Padre Anchieta - Centro Paulista de Rádio e TV Educativas.

EMPRESA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO. Promulgar as alterações no Regimento Interno do Conselho Curador da EBC, que passa a vigorar com a redação do anexo I desta Resolução. Resolução n. 07/2010, de 14 de setembro de 2010.

PERNAMBUCO. Lei n.º 14.404, de 22 de setembro de 2011. Aprova o Estatuto Social da Empresa Pernambuco de Comunicação S.A – EPC.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Convênio Celebrado entre a União e Governo do Estado de Goiás, através da Agência Goiana de Comunicação – AGECOM, para Executar Serviço de Radiodifusão de Sons e Imagens, na Localidade de Goiânia, Estado de Goiás. Brasília, 2000.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Convênio celebrado entre União Federal e Governo do Estado de Goiás, através do consórcio de Empresas de Radiodifusão e Notícias do Estado – Cerne, para explorar o serviço de radiodifusão de sons e imagens (televisão), na cidade de Goiânia – Estado de Goiás. Brasília, 1986.

GONSALVES, Ana Carolina S. & MIRANDA, Cecília Fonseca. A Comunicação Pública no processo de Mobilização social. [Conceito atualizado em 22/11/2010. Mais fontes consultadas: livros “Algumas abordagens em Comunicação pública de Luiz Martins (org.) e livro “Comunicação Pública” de Maria José da C. Oliveira.]

MAIA, Auvaro. Rádios AM de Goiânia vão migrar para o FM. Disponível em: <<http://auvaro-maia.com/2014/11/08/radios-am-de-goiania-vaio-migrar-para-o-fm/>> visto em 21/12/2014; Sintonia. Disponível em: <<http://www.tvbrasilcentral.com.br/sintonia.html>> visto em 21/12/2014;

<http://www.goias.gov.br/> visto em 21/12/2014

ROCHA, Hélio. Rádio Brasil Central - 60 Anos no Ar. Goiânia : Kelps, 2010.