

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS**  
**MESTRADO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS**

**Sara Gonçalves de Mendonça Uchôa**

**A Produção colaborativa na televisão:  
o caso do programa Ponto Brasil (2009).**

**Juiz de Fora**  
**2017**

**Sara Gonçalves de Mendonça Uchôa**

**A Produção colaborativa na televisão:  
o caso do programa Ponto Brasil (2009).**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Prof. Dra. Karla Holanda de Araújo

**Juiz de Fora**

**2017**

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Uchôa, Sara Gonçalves de Mendonça.

A Produção colaborativa na televisão : o caso do programa Ponto Brasil (2009) / Sara Gonçalves de Mendonça Uchôa. -- 2017.  
104 p.

Orientadora: Karla Holanda de Araújo  
Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design. Programa de Pós Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, 2017.

1. Televisão. 2. Colaborativo. 3. Pontos de Cultura. 4. TV Brasil. I. Holanda de Araújo, Karla, orient. II. Título.

**TERMO DE APROVAÇÃO DA DISSERTAÇÃO DO PROGRAMA DE PÓS-  
GRADUAÇÃO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS**

Sara Gonçalves de Mendonça Uchôa

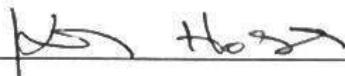
**A PRODUÇÃO COLABORATIVA NA TELEVISÃO: O caso do programa Ponto Brasil  
(2009).**

Karla Holanda de Araújo

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, Área de Concentração Teorias e Processos Poéticos Interdisciplinares, Linha de pesquisa Cinema e Audiovisual, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Aprovada em 29/05/2017

Banca Examinadora.



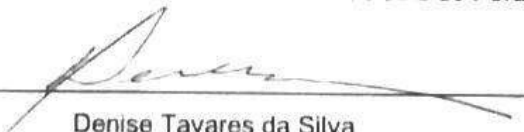
Karla Holanda de Araújo

Orientador – Universidade Federal de Juiz de Fora



Gabriela Borges Martins Caravela

Membro UFJF - Universidade Federal de Juiz de Fora



Denise Tavares da Silva

Membro externo – Universidade Federal Fluminense

*Dedico esta dissertação a todas as comunidades que mantêm páginas de compartilhamento de artigos científicos e livros, como BookFi, Sci-Hub e outros. Sem estas ferramentas não teria sido possível fazer este trabalho.*

## AGRADECIMENTOS

Aos amigos e à família, força e inspiração, vocês sabem quem são!

Ao Caique, que me joga no tempo expandido das crianças.

Ao Marcelo, pela parceria nessa aventura.

À Karla, que me orientou nesta pesquisa, pela seriedade e pela banca maravilhosa que me apresentou na qualificação. À Denise e à Gabriela, pela generosidade na leitura do relatório da qualificação e dicas fundamentais.

À Geo e à Valdiria pela revisão do texto. Ao Ronaldo pela leitura.

Aos entrevistados pela generosidade nas conversas e por compartilharem os materiais que me ajudaram a visualizar o processo de realização do programa Ponto Brasil.

À Lara e à Flaviana, pela atenção e ajuda com as burocracias da UFJF e do Programa de Pós-Graduação.

## RESUMO

Este trabalho investiga o modo de produção colaborativo na televisão *stricto sensu* a partir do programa Ponto Brasil (2009). O programa, coprodução entre TV Brasil e Secretaria de Programas e Projetos Culturais (MinC), consiste em um piloto de televisão realizado colaborativamente por Pontos de Cultura e coletivos. Os vídeos produzidos em quase todos os estados brasileiros estão misturados em cada um dos 14 episódios temáticos de 26 minutos. O programa se destaca pelo método desenvolvido, também é relevante o contexto político em que foi germinado: durante o governo Lula nas gestões de Gilberto Gil e Juca Ferreira à frente do Ministério da Cultura. No primeiro e no segundo capítulo introduzimos nosso estudo de caso focando em delimitar as questões fundamentais que dão corpo ao projeto do programa, tanto as características imediatas quanto as políticas culturais em voga na época. Iniciamos o terceiro capítulo com uma breve contextualização no campo teórico sobre a televisão *stricto sensu* e o entendimento de modo de produção colaborativo neste âmbito; em seguida, descrevemos o método desenvolvido no contexto do programa para produção audiovisual em rede. O trabalho permite visualizar, na escala do Ponto Brasil, as possibilidades, características e objetivos da produção colaborativa na televisão.

**Palavras-chave:** Televisão. Colaborativo. Pontos de Cultura. TV Brasil.

## **ABSTRACT**

Through the study of the television program Ponto Brasil (2009), we will investigate the collaborative mode of production on television. The program, co-produced by TV Brasil and the Department of Cultural Programs and Projects (SPPC / MinC / Brazil), is a television pilot produced in collaboration by Pontos de Cultura and audiovisual collectives from all over Brazil. The videos produced in almost all Brazilian states are mixed in the fourteen thematic episodes. The program is relevant as a case study by the developed method and by the cultural policies context in which it was created during the Lula/Gil/Juca administrations. The first and second chapters focus on the case study, we begin with the description of Ponto Brasil, followed by an overview of Brazilian cultural policies in the dimension of the program. In the third chapter we develop a brief contextualization in the theoretical field about television and the collaborative mode of production. Next, we describe the method developed in the context of the program for audiovisual production. With this work we explore, in the dimension of the program Ponto Brasil, the possibilities, characteristics and objectives of the collaborative mode of production in television.

**Keywords:** Television. Collaborative. Pontos de Cultura. TV Brasil.



## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- ABD – Associação Brasileira de Documentaristas
- ACERP – Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto
- BBC – British Broadcasting Corporation
- CNPdC – Comissão Nacional dos Pontos de Cultura
- CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
- CSC – Conselho Superior de Cinema
- EBC – Empresa Brasil de Comunicação
- Fistel – Fundo de Fiscalização das Telecomunicações
- FSA – Fundo Setorial do Audiovisual
- IPTV – Internet Protocol TV
- MEC – Ministério da Educação
- MinC – Ministério da Cultura
- MOC – Modelo de Organização de Conteúdo
- MOP – Modelo de Organização de Produção
- MST – Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra
- NPD – Núcleos de Produção Digital
- ONG – Organização Não-Governamental
- PBS – Public Broadcasting Service
- PT – Partido dos Trabalhadores
- RPA – Recibo de Pagamento Autônomo
- SAv – Secretaria do Audiovisual
- SECOM – Secretaria Especial de Comunicação Social
- SBTVD – Sistema Brasileiro de TV Digital
- Skype – Software que permite comunicação pela Internet através de conexões de voz e vídeo
- SPPC – Secretaria de Programas e Projetos Culturais
- SVT – Sveriges Television
- TAL – Televisión América Latina
- TV – Televisão

TVE – TV Educativa

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

VnA – Vídeo nas Aldeias

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>I PONTO BRASIL.....</b>	<b>14</b>
1.1 Histórico e desenho do programa.....	14
1.2 Princípios norteadores.....	21
1.3 Recursos orçamentários.....	25
1.4 Exibição, circulação e continuidade.....	28
<b>II PONTO BRASIL: CONTEXTO POLÍTICO E CULTURAL.....</b>	<b>30</b>
2.1 Panorâmica.....	30
2.2 Programa Cultura Viva.....	38
2.3 TV Brasil.....	43
<b>III PONTO BRASIL E A PRODUÇÃO COLABORATIVA NA TV.....</b>	<b>54</b>
3.1 A produção colaborativa na televisão.....	54
3.2 A produção colaborativa no Ponto Brasil.....	70
3.3 O método do programa Ponto Brasil.....	72
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>88</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>93</b>
<b>ANEXO.....</b>	<b>100</b>
Anexo A – Ficha técnica do programa Ponto Brasil.....	100

## INTRODUÇÃO

O objeto de estudo desta pesquisa é a produção colaborativa na TV *stricto sensu*, aquela baseada no modelo *broadcasting*. A investigação se dá na dimensão do programa de televisão Ponto Brasil (2009), piloto realizado colaborativamente por Pontos de Cultura e coletivos de várias regiões do Brasil. O programa é formado por 14 episódios temáticos de 26 minutos (Cidades, Culpa, Ensaio sobre a crise, Estar à toa, Laços e nós, O invisível, Olhares indígenas, Ossos e ofícios, Retratos, Africanizar, Animais, Brincadeira, Imagem e reflexo e Transitório), compostos por vídeos com duração de até 5 minutos, reunidos sob o mote temático. A única exceção é Ensaio sobre a crise, ensaio de 26 minutos. Ponto Brasil é uma coprodução entre a TV Brasil, onde os episódios foram exibidos, e a Secretaria de Programas e Projetos Culturais (SPPC), de onde veio 100% do orçamento.

A produção colaborativa na TV tem características próprias se comparada com os meios colaborativos (LÖWGREN e REIMER, 2013), tanto com relação à forma de implementação, quanto seus objetivos. Chegamos a três entendimentos de colaborativo enquanto modo de produção no âmbito da TV pública: 1) Colaborativo enquanto modelo de criação; 2) Colaborativo enquanto modelo gerencial; 3) Colaborativo como ferramenta para potencializar o papel do público como produtor (o público torna-se produtor de conteúdo) (CANNITO, 2009; NORBÄCK, 2011; FRIEDLAND, 1995). Segundo os autores pesquisados, o modo de produção colaborativo na TV pública tem como objetivo, entre outras coisas: a democratização conceitual e estética do meio, a negociação sobre quem tem o direito de produzir e a abertura do sistema público de televisão à maior participação social com intuito de democratizar o polo emissor (CARELLI e ROCHA, 2011; NORBÄCK, 2011; FRIEDLAND, 1995). Neste trabalho vamos investigar de que forma o processo colaborativo se desenvolve no âmbito do Ponto Brasil. Para isso, descrevemos as características do programa e o método desenvolvido no contexto do projeto para produção audiovisual colaborativa no âmbito da TV pública.

A descrição do programa foi orientada por entrevistas. A primeira foi realizada com Leandro Saraiva e Janaina Rocha (2015), coordenadores gerais, com objetivo de entender a dinâmica geral do Ponto Brasil, tendo um caráter estruturado por um roteiro de perguntas. Foi formada uma rede (Ponto Brasil) no âmbito do programa, composta por uma equipe central que ficava sediada na TV Brasil em Brasília e por grupos associados localizados em diversos

estados ao redor do país. Realizamos entrevistas com as seguintes pessoas da equipe central: Carol Barboza (2017), produtora; Marcelo Coutinho (2017), cinegrafista e editor e Anna Flávia Dias (2017), roteirista. Além deles, entrevistamos Davy Alexandrisky (2017), do Campus Avançado de Niterói (grupo associado) e Juana Nunes (2016), coordenadora geral de mobilização e articulação em rede da SPPC entre 2008 e 2010. Fizemos também uma segunda entrevista com Saraiva (2016). Essas entrevistas tiveram como objetivo detalhar as características do programa e foram orientadas por pautas abertas com a intenção de dar espaço para os entrevistados desenvolverem suas impressões sobre o processo de maneira menos direcionada.

No primeiro capítulo, apresentamos o programa no que tange a: histórico e desenho do programa; princípios norteadores; recursos orçamentários; exibição, circulação e continuidade. Este capítulo está baseado nas entrevistas, no site do programa (arquivado no endereço 'redelivre.net') e na pesquisa sobre produção comunitária no Brasil (ROCHA e CARELLI, 2011).

No segundo capítulo traçamos um panorama sobre o pano de fundo do Ponto Brasil, começando com um olhar sobre as políticas culturais do governo Lula nas gestões de Gilberto Gil e Juca Ferreira à frente do MinC. Em seguida, descrevemos o Programa Cultura Viva e o processo de implementação da TV Brasil. A emergência do Ponto Brasil remete ao Programa Cultura Viva - cuja ação estruturante é o financiamento dos Pontos de Cultura, grupos que desenvolvem ações socioculturais e têm como característica a gestão compartilhada entre poder público e comunidade. O Programa nasce em 2004 na SPPC, órgão subordinado ao Ministério da Cultura (MinC). A TV Brasil, por sua vez, acabava de ser criada em decreto de outubro de 2007 a partir da formação da EBC (Empresa Brasil de Comunicação). O capítulo está calcado em bibliografia e na revisão de leis e decretos.

No terceiro capítulo tratamos sobre a produção colaborativa no âmbito da televisão e como se dá esse modelo de produção no contexto do programa Ponto Brasil. Iniciamos o capítulo com um apanhado sobre as características próprias da televisão *stricto sensu*. Em seguida, buscamos delinear o entendimento de “colaborativo” no âmbito da TV pública e como é pensado no contexto do programa Ponto Brasil. Para fechar, descrevemos o método criado no âmbito do programa para produção audiovisual em rede.

## **I PONTO BRASIL**

Neste capítulo utilizamos as entrevistas, a plataforma de trabalho do programa ('redelivre.net') e a pesquisa sobre produção comunitária no Brasil, realizada por Janaina Rocha e Vincent Carelli (2011), para apresentar o programa no que tange a seu histórico e desenho, aos princípios norteadores, recursos orçamentários, exibição e continuidade.

### **1.1 Histórico e desenho do programa**

A produção audiovisual dos Pontos de Cultura para a TV através de uma rede de produção colaborativa antecede ao programa Ponto Brasil. Janaina Rocha (ROCHA, 2015, em entrevista), coordenadora do programa Ponto Brasil, destaca a experiência do Mosaico da Cultura Popular (2006), série de 60 interprogramas com conteúdo produzido pelos Pontos de Cultura. O conteúdo do Mosaico consistia na cobertura dos encontros dos Pontos de Cultura (as Teias) e na cobertura dos encontros organizados por Pontos. Posteriormente, o formato mudou para o empacotamento de vídeos enviados pelos Pontos em formatos de 60, 90 e 180 segundos. “Eram mostradas figuras desconhecidas ou pouco conhecidas em situações cotidianas, em contraposição ao modelo de espetacularização da notícia e de supervalorização da celebridade, dominantes na televisão brasileira” (CANNITO, 2009, p. 222).

O Mosaico era exibido no Canal Integración, então ligado à Radiobrás. Nos encontros, fazia-se uma central de produção de vídeo com uma equipe da Agência Brasil<sup>1</sup> e com pessoas ligadas aos Pontos de Cultura. Marcelo Coutinho, que trabalhou como cinegrafista e editor no programa Ponto Brasil, conta de sua participação no Mosaico: “a gente passava o tempo inteiro do evento produzido, roteirizando, filmando e editando. No final de cada dia saía um programa de meia-hora para passar no Canal Integración [...]” (COUTINHO, em entrevista,

---

1 Agência Brasil é uma agência de notícias brasileira. Foi criada durante o governo de Fernando Collor de Mello em substituição à extinta Empresa Brasileira de Notícias, que por sua vez era continuidade à Agência Nacional, criada por Getúlio Vargas. Atualmente, a Agência é gerida pela EBC. A partir de 2003, durante a gestão de Eugênio Bucci na presidência da Radiobrás, a Agência passou por um processo de transformação editorial. Até então, restringia-se à cobertura de eventos do Governo Federal, com a reformulação, passou a ser entendida como uma agência de notícias pública, de acesso livre. A reformulação da Agência Brasil se insere no contexto mais amplo de reformulação da proposta da Radiobrás realizada no primeiro governo do presidente Lula, comandada por Bucci (VALENTE, 2009, p. 84 – 86).

2017). Organizava-se essa equipe temporária de produção para o evento, discutia-se uma pauta que coubesse na TV e o grupo fazia o vídeo que era exibido na interprogramação do Canal.

Janaina Rocha destaca também a experiência com o Outro Olhar:

Quadro de jornalismo participativo da TV Brasil, que tem até três minutos e vai ao ar no telejornal Repórter Brasil, às 21 horas. Nele, são exibidos vídeos não-ficcionais produzidos de forma independente (pontos de cultura, grupos sociais e cidadãos comuns, alguns de cinegrafistas amadores mesmo) que relatam um pouco das experiências locais e de manifestações culturais no Brasil. Em princípio, ele seria uma experiência apoiada diretamente com recursos da TV Brasil, que promoveria algumas pautas, co-elaboradas com o jornalismo da empresa, e fomentaria o trabalho de cine-reportagem de grupos independentes financiando sua realização. Isso ocorreu na fase de implementação do projeto com a cooperativa Catarse, entre o final de 2007 e meados de 2008. A nova configuração do projeto ampliou a participação para produções já realizadas, de todos os tipos de cidadãos (organizados ou não), mas perdeu o caráter de fomentador/financiador de produção colaborativa (CARELLI e ROCHA, 2011, p. 151).

Uma diferença importante entre o Mosaico e a primeira fase do Ponto Brasil e o Outro Olhar é que os dois primeiros tinham uma centralidade institucional na SPPC (Secretaria de Programas e Projetos Culturais), enquanto o último é aberto a qualquer grupo da sociedade civil. No Outro Olhar há uma curadoria realizada pela equipe do programa que seleciona os vídeos que serão exibidos de acordo com a pauta. A TV Brasil anuncia o quadro como “Jornalismo Participativo”. O Outro Olhar segue em curso no modelo que Rocha descreve.

O projeto Ponto Brasil teve duas fases, resultado de acordo entre a SPPC e a EBC. A primeira fase são os vídeos enviados pelos Pontos e empacotados para exibição na interprogramação da TV. A segunda fase, o programa propriamente dito, começou a ser desenhada a partir da junção das propostas da Gerência de Conteúdos Colaborativos da TV Brasil, vinculada à Diretoria de Conteúdo e Programação, e da bagagem do Mosaico da Cultura Popular e do Outro Olhar.

A Gerência de Conteúdos Colaborativos da TV Brasil surgiu em 2008, quando foram definidas as diretorias e gerências da recém-criada rede de televisão. Leandro Saraiva foi convidado para assumir essa gerência. O motivo do convite, segundo Saraiva, foi sua participação do DOCTV<sup>2</sup>

---

2 DOCTV, Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário, é um projeto criado e executado desde 2003 pela SAv. Os documentários do DOCTV são produzidos em diversos estados a partir de parceria

Eu tinha participado do grupo do DOCTV e tive uma especial participação nas definições dos conceitos dos formulários do DOCTV, que foi uma coisa bem importante, fora a base organizativa, [...] e era mais ligado aos procedimentos de linguagem e isso era discutido com as pessoas [...] (SARAIVA, 2016, em entrevista).

A participação de Saraiva no DOCTV reverberou na metodologia do programa Ponto Brasil. O DOCTV, como veremos à frente, é a principal referência para entender o modo interno de organização do programa.

Na segunda fase do Ponto Brasil, o formato do programa passou por uma revisão. Segundo Janaina Rocha e Leandro Saraiva, coordenadores gerais, durante o desenho, “discutiu-se muito a fragilidade do formato dos eventos, e que esse não era o trabalho dali pra frente” (ROCHA, 2015, em entrevista). Na avaliação de Saraiva, os vídeos que vinham sendo produzidos a partir dos eventos tinham uma dimensão mais de registro, por exemplo:

[...] o grupo de capoeira filmava vídeo de capoeira, o grupo de jongo filmava filme de jongo, então era quase um registro [...]. Nossa proposta era, óbvio, que as pessoas usassem os elementos que elas conhecem e se expressam, mas assim, não dá para dizer alguma coisa a partir disso? [...] [buscávamos] Uma dimensão mais expressiva do que de registro.” (SARAIVA, 2016, em entrevista).

A proposta para a segunda etapa do Ponto Brasil era a de que os vídeos não fossem mais realizados a partir de núcleos de produção temporários, cujo trabalho se dava a partir de uma ação específica – naquele caso os eventos e encontros dos Pontos – mas, formar-se-ia uma rede composta por realizadores que trabalhariam durante um período mais longo no amadurecimento de uma proposta de vídeo, norteadas por temas-geradores. Estes vídeos comporiam os episódios temáticos.

O desenho do programa inovou pela proposta de juntar os grupos para realização de episódios maiores que entrariam na grade de programação da então recém-criada TV Brasil e pela criação de um método de produção audiovisual baseado no tripé formado pela constituição da rede Ponto Brasil, pela criação de uma plataforma online de criação de conteúdo e por encontros presenciais e via Skype.

---

com as TVs públicas e ABDs locais e exibidos em rede nacional através das emissoras públicas. O DOCTV Brasil se desdobrou em DOCTV América Latina, que inicialmente se chamava DOCTV Ibero-América, e DOCTV CPLP. O DOCTV é um projeto de viabilização de documentários que integra a produção independente e as televisões públicas.



Inicialmente focado nos Pontos de Cultura em função da origem da verba, o projeto agregou em sua segunda fase coletivos, associações e indivíduos. A constituição do que viria a ser essa rede colaborativa chamada “Ponto Brasil” partiu do pré-mapeamento dos Pontos de Cultura de Audiovisual realizado entre 2007 e 2008, do contato via TVs públicas locais, NPD's (Núcleos de Produção Digital)<sup>3</sup>, contatos que os coordenadores já tinham com coletivos e associações, como ABDs (Associação Brasileira de Documentaristas), entre outras. Foram realizadas reuniões presenciais em quase todos os estados para apresentação do projeto. Segundo Saraiva,

[...] a gente fez um *tour*. Fomos eu e a Jana em praticamente todos os estados que teve Ponto Brasil. [...] A gente fazia uma convocatória [...] com base de apoio dessas pessoas que a gente conhecia no local, eles nos ajudavam a trazer os grupos locais. A gente fez encontro em quase todos os lugares, passávamos uns três dias em cada lugar. Íamos, explicávamos a ideia do programa, explicávamos como ia funcionar a dinâmica, como ia funcionar a grana de financiamento dos vídeos e as regras de participação que a gente criou (SARAIVA, 2016, em entrevista).

Este primeiro encontro era voltado para apresentação do projeto de forma geral, como explica Saraiva: falava-se sobre a proposta de redesenho do Ponto Brasil, sobre o orçamento disponível etc.; o objetivo era mapear os grupos interessados em participar e conhecer suas características organizacionais. Segundo Rocha e Saraiva, eles buscavam sempre articular uma visita a alguns grupos com este objetivo, além de conhecer os indivíduos realizadores, e não apenas os representantes institucionais, de forma a iniciar o contato direto com as pessoas que estariam envolvidas na realização dos vídeos. Segundo Rocha, o contato com os realizadores

[...] foi uma coisa importante também, já na época do mapeamento, em que a gente encontrava com os grupos. Nós buscávamos visitar os Pontos [...] e tentávamos identificar quem fazia vídeo de verdade naquele Ponto. Porque é comum ter uma pessoa que representa institucionalmente o grupo, mas não é necessariamente quem faz o vídeo e a gente queria saber quem fazia edição, quem fazia câmera e em cada lugar a gente tentou conhecer essas pessoas (ROCHA, 2015, em entrevista).

---

3 Espaços com estrutura humana, física e tecnológica para promover as diversas atividades de formação audiovisual (cursos, oficinas, mostras, palestras), estimulando o acesso ao conhecimento, aperfeiçoamento técnico e produção audiovisual. Os NPD's são parte da rede Olhar Brasil, programa do MinC cujo objetivo é apoiar a produção audiovisual independente, favorecendo a formação e o aprimoramento de técnicos e realizadores (BRASIL, 2009).

Janaina Rocha conta que havia a preocupação de chegar nessas pessoas - que nos Pontos assumiam a produção audiovisual -, saber “[...] o que ela se nomeava, o que elas estudavam, o que faziam ali”, e “[...] poderia ser alguém bem jovem mesmo” (ROCHA, 2015, em entrevista). Essa interlocução direta com quem estava produzindo é relevante no projeto por alguns motivos. Porque comunga com a proposta de fortalecer a rede de realizadores e também porque o processo que acontecia virtualmente fazia parte do processo formativo, tanto no *site* quanto nos encontros via *Skype*, e, portanto, era fundamental que as pessoas envolvidas na produção fossem aquelas com quem se daria essa interlocução direta no ambiente virtual. Outro motivo, segundo Saraiva, é que essa relação criava uma horizontalidade no âmbito da definição das questões e abordagem dos vídeos.

Nesse primeiro momento do mapeamento foi possível identificar as pessoas que participariam e seus graus de maturidade e de experiência. Definiram-se assim os grupos com maior poder de articulação, denominados “Nós de Rede”, que assumiram a função de indicar, mobilizar e organizar a produção dos grupos locais. Os “Nós” não necessariamente estavam ligados à TV Brasil ou à SPPC, mas foram escolhidos pela capacidade de articulação local.

Depois da fase inicial de mapeamento e articulação dos grupos, Rocha destaca a importância do encontro de multiplicadores, realizado em Brasília em novembro de 2008, nos quais havia “[...] pessoas fortes que a gente apostava que poderiam ser coordenadores de cada região, foi talvez um mês depois dessa caravana” (ROCHA, 2015, em entrevista). Nesse encontro, as propostas metodológicas e logísticas foram afinadas, uma das sugestões que veio dali foi a dos encontros presenciais entre os grupos locais e os multiplicadores, além dos encontros com a equipe central do programa, durante o processo de amadurecimento dos MOCs.

A Rede Ponto Brasil era composta pelos “Nós de Rede”, pelos grupos e indivíduos associados, pelos multiplicadores locais e pela equipe central, sediada em Brasília, na TV Brasil. Todos os envolvidos tinham alguma relação com a linguagem, com diferentes graus de experiência e também conhecimentos em diferentes áreas, como teatro, a exemplo da Companhia do Latão de SP; comunicação jornalística, a exemplo do Coletivo Catarse de Porto Alegre; além, entre outros, do grupo Política do Impossível e do MST<sup>4</sup>. Segundo Carol

---

4 A Companhia do Latão é um grupo teatral interessado na reflexão crítica sobre a sociedade atual. Seu trabalho inclui espetáculos, atividades pedagógicas, edições, bem como uma série de experimentos artísticos. A companhia existe desde o final da década de 1990. A Catarse é um coletivo de comunicação organizado nos princípios do cooperativismo, da autogestão e da economia solidária com base em Porto Alegre, RS. O grupo Política do Impossível – PI realiza projetos de educação e produção coletiva de arte, com foco em

Barboza, produtora do programa Ponto Brasil,

dos Pontos de Cultura que participaram, a minoria tinha de fato um envolvimento direto com a produção audiovisual e a grande maioria tinha essa coisa mais, vamos dizer, iniciante do audiovisual como registro da apresentação do artista, do encontro [...] (BARBOZA, 2017, em entrevista).

A rede dos Pontos de Cultura de audiovisual é composta por Pontos de vocação audiovisual (aqueles que desenvolvem pesquisa audiovisual, capacitação para o exercício do audiovisual, produção e/ou exibição) e por Pontos que se apropriaram do audiovisual de forma sistemática<sup>5</sup>. Alguns Pontos da rede Ponto Brasil tinham uma experiência mais madura com audiovisual, a exemplo do Vídeo nas Aldeias<sup>6</sup>, mas diversos outros, como destaca Barboza, se apropriaram do audiovisual a partir das oficinas da Ação Cultura Digital e de outros processos formativos não-formais em audiovisual. Falaremos mais sobre a Ação no próximo capítulo, mas vale ressaltar aqui que a Ação Cultura Digital não tinha como objetivo uma formação sólida nas diversas linguagens artísticas.

A formação da equipe central do Ponto Brasil também é um elemento importante do desenho do programa. Com exceção da coordenação geral, toda a equipe foi contratada especificamente para trabalhar no programa através de contrato com a ACERP (Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto). A equipe era composta por dois roteiristas, dois cinegrafistas, três editores, dois produtores e um técnico de áudio. Todos trabalharam durante o projeto inteiro. Cada pessoa da equipe tinha um perfil: Marcelo Coutinho e Paulo Tavares, cinegrafista e produtor respectivamente, vinham dos Pontos de Cultura; Carol Barboza, produtora, já tinha trabalhado na TV, mas naquele momento estava trabalhando como produtora independente; Daniel Prado vinha da Ação Cultura Digital; Anna Flávia Dias e Eduardo Benain, roteiristas profissionais e Ben Charles, na coordenação de áudio. Segundo

---

projetos de investigação e ação no espaço urbano, desde 2004. MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra é um movimento de ativismo político e social brasileiro fundado em 1984.

5 A partir da Ação Cultura Digital, diversos Pontos de Cultura passaram a produzir pequenas peças audiovisuais, em geral com foco no registro das atividades da comunidade do Ponto.

6 O Vídeo nas Aldeias (VnA) tem um processo de formação de cineastas indígenas consolidado e bem documentado. A metodologia do VnA é uma adaptação do método desenvolvido nos Ateliers Varan para o mundo das aldeias. As oficinas de capacitação realizadas no contexto do projeto começaram em 1997, depois de 10 anos de atuação em diversas aldeias, numa oficina nacional no Parque do Xingu. Depois da primeira oficina nacional, optou-se por trabalhar regionalmente, por etnia, em função do conhecimento da língua e pela intimidade dos jovens com seus parentes de cada aldeia. Desde então o VnA trabalhou com cerca de 40 povos indígenas brasileiros e produziu uma coleção de mais de 70 vídeos, dentre os quais aproximadamente a metade é de autoria compartilhada entre índios e não-índios. (ARAÚJO, Ana Carvalho Ziller; CARVALHO, Ernesto Ignacio de & CARELLI, Vincent (orgs.). “*Vídeo nas Aldeias 25 anos: 1986-2011*”). Em 2007 o VnA firmou convênio com o Ministério da Cultura e tornou-se Pontão de Cultura.

Saraiva,

funcionou super bem a equipe de base. Também pela abertura, para dar um exemplo: o Eduardo Benain, é um roteirista profissional, foi roteirista do [Sérgio] Bianchi, ele não vinha desse ambiente da realização do Mosaico, como o Marcelo e o Daniel que eram os editores e câmeras. Esse encontro de experiências diferentes não necessariamente daria certo, mas deu, porque as pessoas foram com abertura, toparam o jogo. O Eduardo topou ficar discutindo ideias pra vídeo o tempo todo em *Skype* [...] e também os outros que tinham uma experiência da realização imediata, de chegar nos lugares e gravar, toparam esse processo de amadurecimento dos vídeos [...] (SARAIVA, 2015, em entrevista)

Essa configuração da equipe foi pensada para que fosse possível a flexibilidade, tanto temporal - já que desde a pré-produção até a finalização o projeto levou, pelo menos, um ano e meio para ser realizado -, quanto dedicação integral da equipe ao programa em função de sua complexidade logística e da multiplicidade de perfis dos envolvidos.

O método do Ponto Brasil teve um caráter formativo que apostou na associação entre formação e produção. O processo formativo se deu principalmente no amadurecimento dos MOCs a partir das discussões de forma e linguagem. Segundo Saraiva, a “estratégia do programa de associar formação e produção [...] em função de uma tarefa a ser feita e não uma discussão de repertório [...]” (SARAIVA, 2016, em entrevista) tem influência do DOCTV.

O DOCTV [...] tinha essa dimensão de associar formação e produção, que é uma coisa que depois foi se desdobrar no Ponto Brasil. Então [no DOCTV] tinha essas Oficinas de Formação de Projeto, que a gente dizia que era um modo diferente de fazer projeto, que tem referência à linguagem e não justificativa sobre a importância do tema. [...] (SARAIVA, 2016, em entrevista)

As Oficinas de Formação de Projeto começaram na segunda edição do DOCTV. Elas funcionavam como “suporte para formação de projetos de documentário dos participantes, enfatizando o pensamento estético” (Balanço DocTV 2003-2006, apud HOLANDA, 2013, p.43). As oficinas eram abertas ao público interessado em inscrever projeto no edital do DOCTV e eram realizadas em nível estadual. A proposta das oficinas de formação surgiu após a experiência com a primeira edição, pois notou-se que “o DOCTV não havia conseguido superar a armadilha da diversidade temática, igualando-se a uma série de concursos que elegem ‘o melhor tema’ e não a melhor proposta de relação com o tema, amadurecimento desejado aos Concursos DOCTV” (Balanço DocTV 2003-2006, apud HOLANDA, 2013, p.

41). O regulamento do DOCTV foi ajustado a cada edição, sempre tendo como referência as experiências práticas dos anos anteriores. Então, por exemplo, no regulamento do DOCTV II solicitava-se que o projeto tivesse: indicação do tema; hipótese sobre o tema; pesquisa sobre o tema; eleição e descrição dos objetos; eleição e justificativa das estratégias de abordagem e roteiro; além de plano de produção, orçamento e cronograma físico-financeiro (HOLANDA, 2013, p. 42). O DOCTV IV, por sua vez, solicita: visão original; proposta de documentário; eleição e descrição do(s) objeto(s); eleição e justificativa para a(s) estratégia(s) de abordagem; simulação da(s) estratégia(s) de abordagem (opcional); e sugestão de estrutura (REGULAMENTO DOCTV IV, 2008). Entre o II e o IV eliminou-se a expressão 'tema' e passou-se “a dar mais importância à criatividade na eleição dos objetos e na adequação das estratégias de abordagem” (HOLANDA, 2013, p. 42).

Nas Oficinas de Formatação de Projeto do DOCTV ofereciam-se ferramentas “da atualidade e da história do documentário, objetivando a criação de um repertório de recursos audiovisuais a serem mobilizados de acordo com sua adequação à proposta de documentário” (Balanço DocTV 2003-2006, apud HOLANDA, 2013, p. 43). Os proponentes selecionados deveriam participar da Oficina de Desenvolvimento de Projetos, cujo objetivo era promover o aperfeiçoamento dos projetos antes do início da produção dos documentários.

A perspectiva formativa é central no desenho do Ponto Brasil. Isso é fundamental para a metodologia e também para a concepção de colaborativo que perpassa o projeto como um todo. Sobre isso Rocha e Saraiva comentam:

A gente achava que no caso do Ponto Brasil, pela imaturidade audiovisual dos grupos envolvidos – com algumas exceções – mas, em geral eram grupos bastante imaturos audiovisualmente, [...] a dimensão formativa que teria essa colaboração era mais forte, era importante [...] (SARAIVA, 2016, em entrevista).

A colaboração entre os participantes em todas as fases do processo fazia parte deste processo de formação. Era importante que pessoas e grupos com graus variados de experiência em cinema e audiovisual, assim como com experiências em outras áreas, dialogassem.

## **1.2 Princípios norteadores**

A realização do programa surgiu de uma conjunção de fatores. Por um lado, a TV

Brasil, rede pública de televisão brasileira, acabava de ser criada em decreto de outubro de 2007 a partir da formação da EBC. Por outro, a Rede Audiovisual dos Pontos de Cultura vinha se fortalecendo e articulando em nível nacional. O programa Ponto Brasil é inseparável, enquanto estudo de caso, do contexto em que está inserido. Se, por um lado, ele defendeu e trouxe algumas características de um modo de organização que vem da sociedade civil, especificamente o discurso da organização em rede baseada em uma estrutura não hierárquica, por outro, ele foi uma coprodução entre a SPPC e a TV Brasil e, portanto, seguiu algumas regras e lógicas destes âmbitos institucionais. Esse foi um processo em constante negociação, tanto no âmbito político quanto técnico, que não diz tudo sobre o programa, mas não pode ser deixado de lado.

Nesse sentido, para refletir sobre os princípios norteadores do programa, situamos a rede Ponto Brasil, a TV Brasil e a SPPC como elementos independentes, cada um com princípios norteadores/interesses próprios para o programa que se relacionam. Da parte da Secretaria, segundo Juana Nunes (2016, em entrevista), a realização do programa surgiu como prolongamento da rede dos Pontos de Cultura de Audiovisual. Sobre a rede, Nunes explica:

[...] com a intenção de revelar a estética dos Pontos, a gente começou a criar grupos e redes dentro do Programa [Cultura Viva], uma das redes foi a rede do audiovisual. Eles constituíram uma rede, um grupo de trabalho, então a possibilidade de ter um programa como Ponto Brasil que depois virou uma série de episódios em que os próprios Pontos de Cultura realizavam seus filmes, os seus pequenos programas, foi também uma reivindicação da própria rede (NUNES, 2016, em entrevista por Skype).

Sobre o incentivo às práticas de experimentalismo estético no âmbito do Programa Cultura Viva Nunes conta que, no início, logo que o mesmo foi implementado, existia uma visibilidade, como sendo ele um programa de inclusão social “que dava oportunidade às iniciativas culturais das comunidades”, e que havia a preocupação por parte da SPPC de que o Cultura Viva “também revelasse a estética desses grupos culturais que de alguma maneira não ficasse parecendo que era um programa assistencialista, [...] mas que era um programa que potencializava as experiências culturais em si mesmas [...]” (NUNES, 2016, em entrevista). A parceria da SPPC com a TV Brasil começou com o programa Cultura Ponto a Ponto. Nunes conta que

[...] tinha no campo do audiovisual uma experiência muito positiva que era o Cultura Ponto a Ponto. Era um programa [da TV Brasil], mas ele tinha um caráter jornalístico, ele ia até os Pontos e gravava,

fazia uma reportagem. Isso foi muito importante, ter essa parceria com a TV Brasil, porque de alguma maneira deu visibilidade, deu cara e rosto, àquelas experiências dos Pontos de Cultura (NUNES, 2016, em entrevista).

O programa Cultura Ponto a Ponto foi uma coprodução entre a TV Brasil e a SPPC, ele possuía um caráter de divulgação das ações dos Pontos de Cultura. Com o Ponto a Ponto criou-se uma espécie de divulgação dos Pontos já mapeados, enquanto com o Ponto Brasil financiou-se a produção audiovisual dos próprios Pontos, com foco na televisão.

Segundo Janaina Rocha, o Ponto Brasil, assim como o Mosaico de Cultura Popular e o quadro Outro Olhar, foi germinado na Radiobrás, “que discutiu amplamente o sentido público de sua comunicação com foco no cidadão” (CARELLI e ROCHA, 2011, p. 150). A TV Brasil abrigou estes projetos “promovendo a inclusão de coletivos e grupos em sua programação através de mecanismos de participação colaborativa, que incidem sobre a democratização conceitual e estética, tão importante quanto a democratização dos equipamentos de realização” (CARELLI e ROCHA, 2011, p. 150).

A Radiobrás, criada em 1975 para gerir de maneira centralizada todas as emissoras de rádio e televisão da União, e historicamente comprometida com a divulgação das atividades do governo federal, passou por uma reestruturação a partir de 2002. Sob o comando de Eugênio Bucci, a empresa

[...] reviu sua missão, seu projeto de comunicação pública e suas diretrizes estratégicas. A missão definida foi: “Somos uma empresa pública de comunicação. Buscamos e veiculamos com objetividade informações sobre Governo, Estado e Vida Nacional. Trabalhamos para universalizar o acesso à informação, direito fundamental para o exercício da cidadania” (BUCCI, 2008. p. 102). Também foram definidos novos valores, entre os quais (1) o respeito ao caráter público da atividade realizada pela empresa, com foco na busca pela excelência e no exercício da transparência; (2) o respeito à cidadania, concretizado no compromisso com o direito à informação do cidadão e com a qualidade e veracidade da informação produzida; (3) o respeito às diferenças [...] (VALENTE, 2009, p. 85)

O “sentido público de sua comunicação com foco no cidadão” que Rocha fala está inserido neste contexto, ou seja, um pensamento sobre o papel da sociedade civil no âmbito da televisão de caráter público. O canal Integración, onde foram exibidos os interprogramas da primeira fase do Ponto Brasil, foi criado neste momento, numa iniciativa compartilhada entre a Radiobrás, a Câmara dos Deputados, o Senado Federal, o Itamaraty e o STF (Superior

Tribunal Federal). “Em seu primeiro ano, o canal constituiu uma grade de 12 horas diárias privilegiando os acontecimentos de impacto regional, [...]. O canal transmitia conteúdo em espanhol e disponibilizou seu sinal por satélite a qualquer emissora que desejasse retransmiti-lo” (VALENTE, 2009, p. 87). A TV Brasil abrigou os projetos que estavam em andamento tanto na TVE (TV Educativa) quanto na Radiobrás; estes foram readaptados para a linha editorial da nova TV, que nos primeiros anos ainda estava em formulação.

Sabemos que o projeto proposto para dar continuidade à primeira fase do Ponto Brasil, na TV Brasil, estava sob a responsabilidade da Diretoria de Programação e Conteúdo e posteriormente foi direcionado para a Gerência de Conteúdos Colaborativos onde houve o redesenho que relatamos acima. Destacamos isso para sublinhar que a “comunicação com foco no cidadão” chega à TV Brasil, tanto via Diretoria de Jornalismo, através do quadro Outro Olhar, quanto pela Diretoria de Programação e Conteúdo.

O programa foi realizado em 15 estados ao redor Brasil: Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Bahia, Sergipe, Paraíba, Pernambuco, Ceará, Acre, Goiás, Pará e Mato Grosso, além do Distrito Federal. Em função de sua dimensão regional, o Ponto Brasil se inseriu nos projetos voltados para a regionalização da produção audiovisual e ajudou a suprir a obrigação registrada pela Lei de implementação da EBC que garante “.... mínimos de 10% (dez por cento) de conteúdo regional e de 5% (cinco por cento) de conteúdo independente em sua programação semanal, em programas a serem veiculados no horário compreendido entre 6 (seis) e 24 (vinte e quatro) horas”.

No âmbito do Ponto Brasil, além dos objetivos imediatos, ou seja, realização de episódios maiores que comporiam um programa para a grade da TV Brasil e o aprofundamento das discussões e experiências no âmbito da produção audiovisual independente e colaborativa, teve-se a preocupação de articular uma rede de produtores independentes. Sobre a perspectiva da rede do programa, Rocha comenta:

[...] a TV Brasil estava começando, então essa relação de constituição de rede, não da nossa rede, mas da rede da TV Brasil, estava em questão. Como era o diálogo com as TVs estaduais estava bem em questão. Por outro lado, do ponto de vista da Secretaria, isso também já tinha um certo histórico de organização porque existiam os representantes dos Pontos de Cultura audiovisuais, tinha o Conselho, então tinham graus de institucionalidade de redes já constituídas [...]. A gente não seguiu esses trilhos institucionais já estabelecidos porque não nos parecia que eles representassem a quantidade de grupos que estavam produzindo audiovisual naquele momento de modo



colaborativo e tal, a gente achava que não (ROCHA. J e SARAIVA, 2015, em entrevista).

Todo o processo de realização do programa Ponto Brasil centrou-se no audiovisual, ou seja, ele partiu da linguagem e foi ela que orientou as diversas etapas da metodologia. No âmbito da rede, segundo os coordenadores, buscou-se compor com os grupos que estavam produzindo naquele momento, grupos com características variadas, como é possível perceber pela ficha técnica dos episódios, disponível no anexo. Nesse sentido, a rede Ponto Brasil transborda as redes institucionais tanto da Secretaria quanto da TV. No âmbito do processo de produção dos vídeos, também - como já falado anteriormente e discutiremos no último capítulo -, o MOC foi pensado em função das características de forma e linguagem. “O convite era para participar de um processo que ia exigir uma elaboração da linguagem, um tensionamento dessa linguagem do começo ao fim e eu acho que isso a gente fez” (SARAIVA, 2015, em entrevista).

### 1.3 Recursos orçamentários

Os recursos financeiros foram 100% provenientes da SPPC. Parte da verba era repassada aos núcleos locais de produção, outra parte destinada ao pagamento da equipe central do programa. Segundo dados do Portal da Transparência<sup>7</sup>, foi liberado R\$ 3.100.000,00 em algumas parcelas, sendo a primeira em 31/12/2007 e a última em 31/12/2009. Os recursos foram repassados à ACERP através de descentralização de recursos para apoio ao projeto "REDE AUDIOVISUAL DOS PONTOS DE CULTURA". Segundo Nunes (em entrevista, 2016), o valor foi dividido entre o projeto de articulação da rede audiovisual dos Pontos de Cultura, o programa Cultura Ponto a Ponto e o programa Ponto Brasil. A ACERP, por procedimento padrão, reteve 20% do valor bruto. Calcula-se, portanto, que R\$ 2.480.000,00 tenham sido divididos entre estes três projetos.

Os núcleos locais de produção recebiam a seguinte quantia voltada para a pré-produção e produção:

[...] 01 oficineiro – R\$ 3.200,00 (bruto) – dinheiro que entrar para o

---

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://www.portaldatransparencia.gov.br/convenios/DetalhaConvenio.asp?CodConvenio=622074&TipoConsulta=TR-PJ3>>. Acesso em: 10jul. 2015.

Nó como forma de viabilizar a produção das propostas de realização (mocs e mops, na linguagem do Ponto Brasil).

04 monitores – R\$ 2.000,00 (bruto) – dinheiro para cada grupo (de três pessoas) se custear durante o período de realização, no que concerne sua alimentação, deslocamento e estadia, além de outros custos de produção.

Observações:

Pagamentos Via RPA, sujeitos a entrega de documentação (a ser relacionada posteriormente). Estes pagamentos só saem após a realização da oficina, exceto a verba de oficinheiro. (JANAINA ROCHA, “pactuações, acertos e detalhes de produção do Ponto Brasil em Fortaleza (Nó Vila das Artes)”, [mensagem pessoal enviada para Silvia Lessa, Nó Vila das Artes] Mensagem enviada em 3 de dezembro de 2008)

O repasse da verba da ACERP para grupos sem formalização jurídica foi uma questão de ordem técnica importante de destacar com relação ao modelo de produção do Ponto Brasil. Segundo Saraiva,

[...] tem essa dificuldade [...] que é grave, de quem é o parceiro da televisão. Muitas vezes eram grupos, coletivos, que não tinham registro legal, então a gente não podia repassar o dinheiro para eles, não tinha “eles”, porque não tinha CNPJ e para a área técnica da televisão, isso simplesmente não existe [...]. A gente teve infinitas reuniões com essa área técnica para achar soluções e a solução foi bem ruim, mas foi a possível, que foi pagar por RPA [...] então a gente perdia 25% de imposto. Fizemos o projeto com  $\frac{3}{4}$  do recurso pelo gasto para poder passar o dinheiro para as pessoas. E isso foi por dificuldade da organização burocrática do Estado, que não permitia a flexibilidade de gasto do recurso, de fluxo do recurso para quem efetivamente ia fazer o programa [...] (SARAIVA, 2016, em entrevista).

RPA (Recibo de Pagamento Autônomo) é um documento que deve ser emitido pela fonte pagadora, neste caso a ACERP, usado, em geral, para contratação de serviço de profissional pessoa física. Sobre ele incidem alguns tributos que na somatória equivalem a 25% do valor pago. Essa é, sem dúvida, uma questão fundamental para se discutir sobre a produção colaborativa na televisão. Saraiva conta que

na época a gente participou dessas discussões com a ANCINE, para além do projeto Ponto Brasil, só para criar caminhos para essa produção colaborativa, caminhos para que coletivos sem base de organização comercial fossem reconhecidos como grupos. A ANCINE, por motivos legais também, que são parecidos com os motivos da televisão, não podia reconhecer esses CNPJs como grupos de produção [...] (SARAIVA, 2016, em entrevista).

Nos últimos anos houve um aumento razoável de mecanismos de fomento para a produção audiovisual independente visando veiculação na TV<sup>8</sup>, mas o caminho para a produção colaborativa nessa seara ainda é obscuro, tanto em função da exigência de base de organização comercial, quanto com relação ao licenciamento das obras de caráter colaborativo.

As formas de produção cultural colaborativa, particularmente aquelas que se desenvolvem nos meios colaborativos, requerem novos enfoques da propriedade intelectual e do direito autoral. Uma licença de uso que permite aos usuários recriar livremente produções anteriores, e, tendo feito isso, obrigue-os a licenciar sua própria obra da mesma maneira, é a base para o modo de produção cultural colaborativo realizada nestes meios. O modelo de licença aberta mais usado é o *Creative Commons*, licença que mantém o direito de autor e os seus direitos conexos, ao mesmo tempo que permite que outras pessoas copiem, distribuam e façam usos do trabalho.

Segundo Alegria (2008), a transposição dessa alternativa de licenciamento para o mercado da produção audiovisual, incluindo a televisão, representaria uma quebra de paradigma:

De algum modo, toda a lógica de mercado vigente deverá sofrer uma alteração profunda ao admitir o valor e a importância dos processos e não apenas dos produtos, estabelecendo novos mecanismos de sustentabilidade que envolvam a livre circulação de conteúdos audiovisuais realizados por múltiplos atores sociais (ALEGRIA, 2008, p. 10).

O cenário que Alegria descreve remonta toda uma esfera de pesquisas e estudos sobre novos modos de produção e gestão coletiva de bens imateriais. Migliorin dialoga com essa questão quando fala do 'cinema pós-industrial' (MIGLIORIN, 2011). Esta reflexão é, sem dúvida, central na discussão sobre colaborativismo na televisão, no entanto, até o momento, não entrou realmente em pauta de forma a fazer rever os mecanismos de forma ampla. Os casos pontuais de produção colaborativa neste meio, em geral, licenciam a obra em *Creative Commons*, mas isso ainda não chega a gerar maiores impactos na lógica mercadológica da TV.

---

8 Destaca-se o programa de fomento DOCTV, a aprovação da Lei 12.485, conhecida como Lei da TV Paga, a criação do Art. 3o-A da Lei do Audiovisual, a linha do FSA (Fundo Setorial do Audiovisual) voltada para produção independente (IKEDA, 2012, p. 15), além de alguns projetos mais pontuais.

#### 1.4 Exibição, circulação e continuidade

O programa, que foi exibido na TV Brasil aos sábados a partir do dia 21 de novembro de 2009, sempre às 23:45, também ficou disponível na página do Ponto Brasil na internet. O programa foi licenciado em *Creative Commons*. Neste sentido, não havia impedimento jurídico para que os vídeos que o compõe circulassem em outros espaços.

A verba da SPPC voltada para a produção audiovisual dos Pontos de Cultura na televisão foi direcionada para a Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e o projeto transformou-se no Laboratório Cultura Viva (NUNES, 2016, em entrevista) que agregou dois programas, o Ponto Brasil e o Cultura Ponto a Ponto, e foi coordenado pela professora Ivana Bentes. O desenho do Laboratório apostou no formato de edital. Foram lançados quatro editais: o primeiro voltado para produção de documentários com duração de até 8 minutos; o segundo edital para a produção de vídeos autorais; o terceiro para a realização de vídeos de qualquer gênero e o quarto voltado para obras ficcionais com duração entre 8 e 13 minutos. De maneira geral, o Laboratório Cultura Viva objetivava:

A produção, exibição, difusão, formação, pesquisa e experimentação em audiovisual e multimídia dos Pontos e Pontões de Cultura, através da articulação de redes, do desenvolvimento de uma plataforma on-line de produção colaborativa ([www.labculturaviva.org](http://www.labculturaviva.org)) e da produção de uma Revista Eletrônica para veiculação em TV e multimídia (LABORATÓRIO CULTURA VIVA, EDITAL No 01/2011, 2011).

O Laboratório teve como foco Pontos e Pontões de Cultura. Como resultado foi lançada a Revista Cultura Viva, composta por uma série de 26 programas de 26 minutos, com documentários, ensaios e ficções selecionados entre aqueles produzidos a partir dos editais.

O Laboratório Cultura Viva foi a continuidade do projeto da SPPC norteado pela produção audiovisual dos Pontos de Cultura. Nesse caso com foco em ambientes multimídia além da TV. A proposta do programa Ponto Brasil de articulação dos Pontos com outros grupos e coletivos visando potencializar a produção colaborativa em nível nacional, assim como a exploração da televisão *stricto sensu* enquanto meio e forma, diluiu-se quando passou para a UFRJ; esse processo não teve continuidade. Diversos Pontos de Cultura que haviam participado do programa participaram também do Laboratório, assim como algumas pessoas da equipe central. O Laboratório manteve alguns aspectos da metodologia desenvolvida no âmbito do Ponto Brasil, principalmente o site com as ferramentas e uma adaptação dos formulários (MOCs e MOPs), mas o Laboratório é mais que isso, ele ganha características

próprias que precisariam ser analisadas isoladamente, independente do Ponto Brasil.

Não estendemos a pesquisa ao Laboratório Cultura Viva pela opção de dialogar com a produção colaborativa na televisão *stricto sensu*. Até onde pesquisamos, a Revista Cultura Viva não chegou a ser exibida na TV pública. A proposta do Laboratório diferiu do Ponto Brasil neste aspecto, o desenho do primeiro contemplou a exibição e difusão tanto na televisão quanto na internet e em outras mídias digitais, ou seja, a Revista foi pensada tendo em vista todos estes meios; o Ponto Brasil, por sua vez, teve como foco a TV Brasil.

## II PONTO BRASIL: CONTEXTO POLÍTICO E CULTURAL

Iniciaremos o capítulo com um panorama sobre as políticas do governo Lula para a cultura nas gestões dos ministros Gilberto Gil e Juca Ferreira à frente do MinC, colocando especial ênfase na Secretaria de Programas Projetos Culturais e na constituição da TV Brasil. Faremos uma descrição do Programa Cultura Viva com foco na constituição de redes no âmbito do Programa. Falaremos sobre a noção de “redes híbridas de cultura” cunhada por Labrea (2013) para refletir sobre o discurso de articulação em rede; abordaremos também o entendimento de rede no âmbito da cultura digital para situar a Ação Cultura Digital e as discussões sobre letramento digital e midiático com os Pontos de Cultura.

Em seguida, nos deteremos na constituição da TV Brasil. Abordaremos o percurso até sua implementação; o histórico sobre a noção de TV pública no Brasil; o papel da Secretaria do Audiovisual do MinC na construção do projeto da TV Brasil, dando especial atenção à Diretoria de Programação e Conteúdo e ao processo de constituição da rede de difusão da TV.

Também neste capítulo faremos um panorama sobre a noção de diversidade cultural, questão que permeou a política pública de cultura em voga naquele momento e diz respeito ao nosso objeto de estudo.

### 2.1 Panorâmica

O programa Ponto Brasil está inserido em um momento em que políticas públicas para a cultura no Brasil passavam por uma reordenação conceitual baseada no entendimento de que é papel do Estado promover e estimular o desenvolvimento cultural da sociedade. A cultura foi pensada a partir da tridimensionalidade que abrange as dimensões simbólica, cidadã e econômica, cada uma com as seguintes características:

A dimensão simbólica aborda o aspecto da cultura que considera que todos os seres humanos têm a capacidade de criar símbolos que se expressam em práticas culturais diversas como idiomas, costumes, culinária, modos de vestir, crenças, criações tecnológicas e arquitetônicas, e também nas linguagens artísticas [...]. A dimensão cidadã considera o aspecto em que a cultura é entendida como um direito básico do cidadão. [...]. A dimensão econômica envolve o

aspecto da cultura como vetor econômico[...]”<sup>9</sup>

A abrangência do conceito possibilitou a ampliação do público-alvo do Ministério, conforme esclarece Rocha: “suas políticas passam a abranger a totalidade da população como produtora de cultura (e não apenas como receptora)”, a transversalidade da atuação resultou na “participação em discussões antes consideradas específicas de outros ministérios” (ROCHA, 2013, p. 90). Neste contexto, destacaram-se algumas iniciativas, entre elas o Programa Cultura Viva e o papel do Ministério na construção da TV Brasil.

O Programa Arte, Cultura e Cidadania – Cultura Viva, de responsabilidade do MinC, foi criado em 2004 com o objetivo de ampliar o acesso da população aos meios de produção, circulação e fruição cultural por meio do fomento e parceria com entidades, grupos e coletivos culturais pré-existentes. O Programa foi criado no âmbito da SPPC; em 2009, a Secretaria passou a ter o nome de Secretaria de Cidadania Cultural (SCC), incorporando, além de maiores responsabilidades administrativas, novos cargos como a Diretoria de Acesso à Cultura, a Coordenação-Geral de Fomento à Identidade e Diversidade Étnica e a Coordenação-Geral de Promoção da Diversidade, Difusão e Intercâmbio Cultural. Em 2012 foi criada a Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural (SCDC), que assumiu as funções da SCC e da Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural (SID), responsável pelo Programa Brasil Plural<sup>10</sup>.

O público-alvo do Programa estava inicialmente centrado em “populações de baixa renda; estudantes da rede básica de ensino; comunidades indígenas, rurais e quilombolas; agentes culturais, artistas, professores e militantes que desenvolvem ações no combate à exclusão social e cultural” (BRASIL, 2004, apud ALBINATI e BOUILLET, 2015, p. 1013).

Em 2013, o Programa sofreu uma reformulação e passou a ter como “beneficiária universal a população do Brasil”, passando a priorizar

povos, grupos, comunidades e populações: I - em situação de vulnerabilidade social e com restrito acesso aos meios de produção, registro, fruição e difusão cultural; II - ameaçados pela desvalorização de sua identidade cultural; ou III - que requeiram maior reconhecimento de seus direitos humanos, sociais e culturais”

9 Ministério da Cultura, “Apresentação”. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/o-ministerio>>. Acesso em: 10 out. 2015.

10 Brasil Plural tem por objetivo garantir que os grupos e redes de produtores culturais responsáveis pelas manifestações características da diversidade cultural do país tenham acesso aos mecanismos de apoio, promoção e intercâmbio cultural, considerando características identitárias tais como: gênero, orientação sexual, grupos etários, étnicos e da cultura popular.

(BRASIL, 2013) quanto com um rol de 16 povos, grupos, comunidades e populações descritos no documento, tais como povos indígenas, pessoas com deficiência, população sem teto e pessoas em situação de sofrimento psíquico. (ALBINATI e BOUILLET, 2015, p. 1013)

Essa ampliação do escopo do público-alvo do Programa está imediatamente relacionada à unificação dos Programas Cultura Viva e Brasil Plural, mas também se insere nas discussões sobre a Lei nº 13.018, ou Lei Cultura Viva, sancionada em 2014, que instituiu a Política Nacional de Cultura Viva<sup>11</sup> visando transformar o Programa em Política.

Cultura Viva foi um dos exemplos de propostas do governo Lula/Gil/Juca em que o principal financiador é o Estado brasileiro, mas esse busca compartilhar a gestão com a sociedade civil. Essa proposição de gestão compartilhada como forma de governo foi uma novidade em termos de políticas culturais no Brasil pois se diferenciou de propostas de atuação em que o Estado gere os recursos e a sociedade concorre, seja através de editais ou outras ferramentas, mas não participa da gestão. A política implementada pelas gestões Gil/Juca não logrou fugir da política de editais, mas buscou expandir a gestão compartilhada com a sociedade através da criação de mecanismos de gestão participativa<sup>12</sup>.

O Programa Cultura Viva está inserido no contexto das políticas voltadas para a afirmação da diversidade cultural. Segundo Kauark (2009), o entendimento de diversidade cultural varia dependendo de seu contexto, mas, resumidamente, é possível dizer que o conceito é compreendido em documentos, encontros e debates sobre o tema a partir de dois enfoques: “articulada com aspectos político-sociais, e de outro modo, relacionada com o comércio e a economia” (KAUARK, 2009, p. 60). A articulação com aspectos político-sociais aparece pela primeira vez remetendo ao par “cultura” e “desenvolvimento”, segundo a autora, no Relatório Nossa Diversidade Criadora, de 1997

Um princípio básico deste modelo de diversidade é o respeito a todas as culturas, a incorporação das minorias nacionais, cujo desejo é de seguir sendo sociedades distintas em relação à cultura majoritária e dos grupos étnicos, que buscam por reconhecimento de sua identidade étnica, com instituições e leis mais permeáveis às diferenças culturais (KAUARK, 2009, p. 60).

---

11 A Lei, também conhecida como Lei Cultura Viva, foi resultado de processo de escuta e participação social, que envolveu os Pontos de Cultura, parlamentares, gestores estaduais e municipais, universidades e órgãos de controle. Foram propostos dois novos instrumentos de gestão da política, uma reivindicação histórica dos Pontos: a autodeclaração dos Pontos de Cultura, por meio do Cadastro Nacional de Pontos e Pontões de Cultura, e o Termo de Compromisso Cultural (TCC). (BRASIL, 2015. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/cultura-viva1>>)

12 Sobre os editais como instrumento das políticas públicas de cultura, ver: CARMO, 2016.



A diversidade cultural, nesta perspectiva, torna-se um mecanismo para manter a distinção diante da homogeneização cultural e nesse sentido articula-se com as ideias de democracia cultural e das novas formas de cidadania

Com esse fim, a ênfase recai sobre os direitos dos cidadãos de: ter oportunidades iguais para participar do raio completo de atividades que constituem o campo da cultura na sociedade em questão; de contar com recursos culturais necessários ao funcionamento efetivo dentro de uma sociedade, sem que exija o corte de outras relações em favor de uma única e homogênea identidade cultural nacional; esperar que o governo – em todos os seus níveis – supostamente proteja as fontes de diversidade, promova os intercâmbios culturais em curso e possibilite encontros nos quais a diferença seja vista como a melhor forma de transformar a base na qual, identidades culturais são formadas de forma a favorecer a dinâmica constante em prol da diversidade. Ter acesso a várias mídias e oportunidade de participar na produção da mídia são formas essenciais para atingir esses fins (KAUARK, 2009, p.61).

Nessa visão fica latente a necessidade do acesso dos diferentes<sup>13</sup> aos meios de produção de forma a superar a prática de “representação da diversidade”, como aconteceu, por exemplo, com o reconhecimento da cultura popular brasileira alçada à condição de cultura nacional popular no início do século XX.

Nessa linha, valorizar-se-ão determinados traços, e não outros, das culturas populares – o samba carioca, o futebol, a capoeira baiana –, anteriormente marginalizados; e, a partir deles, será produzida a ideologia da cultura nacional popular, em função de um projeto político de construção nacional e de consolidação de uma certa imagem do Brasil para consumo externo (BOLAÑO, 2015, p. 216).

Esta perspectiva parte do entendimento de que existe um “outro” cultural que precisa ser representado. Este “outro” remete, segundo Bolaño, ao período da modernização capitalista do Brasil, no século XIX, quando a nova oligarquia, fascinada com a civilização industrial europeia, impôs “a marginalização da cultura popular não europeia, a qual, segregada nos rincões e, principalmente, deslocada para as vilas e favelas de um meio urbano em rápida expansão, [...] pode desenvolver enormes potencialidades criativas, longe dos olhos das elites culturais [...]” (BOLAÑO, 2015, p. 215). As culturas populares entraram na cena

---

13 A Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural do MinC tem entre suas competências: “promover ações que estimulam a convivência e o diálogo entre diferentes, a prática da interculturalidade, o respeito aos direitos individuais e coletivos, a proteção e o reconhecimento da diversidade simbólica e étnica” (DECRETO Nº 7.743/2012). Nos apropriamos desta noção de “diferentes”.

política no século XX através de um projeto comandado, a partir de 1930<sup>14</sup>, pelo Estado brasileiro como mecanismo de integração nacional pela cultura. Foi forjada, neste contexto, uma unidade na diversidade com a intenção de criar uma hegemonia cultural. Os meios de comunicação de massa tiveram papel fundamental neste projeto.

Como contraponto, associou-se o conceito de diversidade cultural à noção de cidadania cultural. No Brasil, cidadania cultural entra em pauta a partir do final da década de 80, quando os direitos culturais ganharam inscrição na reforma da Constituição Federal (ALBINATI e BOUILLET, 2015). Segundo os autores, o entendimento de cidadania, inicialmente, pautou-se pelas relações de dominação/subordinação baseadas em fator econômico. Teorias recentes incorporaram ao debate os aspectos culturais e a forma como a cultura vem sendo apropriada contemporaneamente, como recurso tanto na economia quanto nas lutas sociais. Segundo os autores:

A reconfiguração da cidadania e, notadamente, sua colagem ao cultural, demanda das políticas culturais um esforço de reformulação. Uma política de cidadania cultural consonante com essas transformações, precisa encarar os diferentes não apenas como tema de celebração. É preciso dar condições para que participem da vida cultural em condições paritárias aos demais agentes do campo da cultura, nas esferas do consumo, da produção e da concepção das políticas (ALBINATI e BOUILLET, 2015, p. 1008).

A outra dimensão da diversidade cultural apontada por Kauark é caracterizada pelo “desenvolvimento de elos entre cultura e comércio ou cultura e economia em geral e a habilidade dos países de intervirem em mercados culturais para promover a sustentabilidade da produção nacional, assim como um intercâmbio equilibrado entre culturas.” (KAUARK, 2009, p. 61).

A atuação do MinC durante o processo de negociação para criação e aprovação da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais da Unesco<sup>15</sup>, segundo Kauark (2009), comunga com sua política local. A ratificação da

---

14 A Revolução de 1930 pôs fim à chamada “República Velha” (1889 – 1930), dando início à Era Vargas (1930 - 1945), período em que o Brasil foi governado por Getúlio Vargas. A Era Vargas abarca o Governo Constitucional e o Estado Novo (1937 – 1945), implantado após golpe de estado. Em 1950, Vargas disputou eleições democráticas para presidente e venceu, governando novamente entre 1951 e 1954. Vargas liderou um governo populista que defendia a unidade do país, em contraste ao federalismo das oligarquias em voga até então, e a consequente centralização político-administrativa.

15 A Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade de Expressões Culturais é um documento jurídico, de validade internacional, visa principalmente orientar e legitimar os países na elaboração e implementação de políticas culturais próprias, necessárias à proteção e promoção da diversidade cultural. A Convenção entrou em vigor em 18 de março de 2007, após mais de 50 países a ratificarem, sendo o Brasil o

Convenção pelo Brasil “dá uma segurança jurídica para formulação de novas políticas relativas ao desenvolvimento da economia do setor cultural, inclusive no que se refere à economia dos direitos autorais” (KAUARK, 2009, p. 155).

Com relação à atuação do MinC na implementação da TV Brasil, para entendê-la é necessário olhar a política para o audiovisual daquele Ministério<sup>16</sup>. Quando Orlando Senna assumiu a Secretaria do Audiovisual, em 2003, afirmou que sua prioridade era “transformar a Secretaria, de fato, em audiovisual, já que, segundo ele, suas ações, até então, centravam-se no setor cinematográfico” (HOLANDA, 2013, p. 28).

O conceito “audiovisual” foi incorporado nas políticas públicas para a cultura no Brasil, segundo Marson e Simis (2010), nos anos 90 por meio da Lei do Audiovisual (1993). Conforme as autoras, o III Congresso Brasileiro de Cinema, realizado no ano 2000, propôs uma política audiovisual mais abrangente para garantir a continuidade da produção cinematográfica, no entanto “o campo cinematográfico [que compôs o Congresso] utiliza o conceito de audiovisual para alavancar o cinema, mas não se vê esse cinema como parte dessa indústria, e a ideia de audiovisual então fica restrita” (MARSON e SIMIS, 2010, p. 31).

O conceito “audiovisual” parte da constatação que a “condição tecnológica permite e impõe fusão de modos de produção e categorias até agora restritas e causa grande mudança nas formas de produzir, distribuir e divulgar” (MARSON e SIMIS, 2010, p. 31). Segundo as autoras, o

cinema passa a ser associado cada vez mais não ao filme em si, mas a uma forma de ver um filme, ou seja, está cada vez mais associado apenas a um tipo de entretenimento: o ir a uma sala de cinema, o estar em uma sala escura para assistir a um filme, um filme que depois pode ser veiculado em outras mídias e então passa a ser um produto audiovisual, que vai alimentar uma cadeia cada vez maior: aparelhos de DVD, televisão por assinatura, TV aberta, celulares, internet. (MARSON e SIMIS, 2010, p. 32)

---

40º da lista (KAUARK, 2009).

16 No início dos anos 2000, a edição da Medida Provisória 2.228-1/01 inaugura um novo momento institucional na política pública para o audiovisual no Brasil baseado na complementaridade entre três órgãos, o CSC, por sua instância interministerial, vinculado à Casa Civil da Presidência da República; a ANCINE, por seu aspecto industrial, ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, e a SAv, vinculada ao MinC. O CSC, ficou responsável pela formulação das políticas do setor, a ANCINE, assumiu a função de regular, fiscalizar e fomentar a atividade cinematográfica brasileira, no sentido de estimular o desenvolvimento da indústria cinematográfica e promover a autossustentabilidade do setor e a SAv ficou responsável pela produção de curtas e médias metragens, formação de mão de obra, difusão de filmes a partir dos festivais de cinema no país e a preservação e restauração do acervo cinematográfico brasileiro. Ou seja, enquanto a ANCINE passava a ser responsável pelos “aspectos industriais” do setor cinematográfico, com vistas a uma ocupação do mercado, a SAv complementaria as ações da ANCINE no que tange aos “aspectos culturais” (IKEDA, 2012b, p. 1 – 3).

As autoras enfatizam que uma política cultural voltada ao audiovisual, e não apenas à substituição de “cinema” por “audiovisual” como eufemismo para alavancar determinada produção cinematográfica, teria que adequar os marcos regulatórios referentes ao audiovisual e sua legislação.

Senna teve como base o plano de política cultural aprovado pelo ministro da Cultura Gilberto Gil e pelo presidente Lula. “Tratava-se do relatório do Seminário Nacional do Audiovisual, [...] do qual ele próprio foi o coordenador em 2002” (HOLANDA, 2013, p. 28), “o Seminário ratificava as propostas já encaminhadas aos representantes do futuro governo nas atas dos dois Congressos Brasileiro de Cinema” (SENNNA, 2002, p. 01), o terceiro e o quarto, entre outros documentos específicos. O Seminário contou com seis mesas temáticas: Mesas 1 e 2, ANCINE; Mesa 3, Leis de Incentivo; Mesa 4, Televisão; Mesa 5, Cinema Cultural; e Mesa 6, Política Externa e Mercado Externo. Não deixou de lado o caráter industrialista da política do cinema e do audiovisual, entretanto, é importante destacar que deu ênfase relevante a eixos como regulação, regionalização e democratização da atividade, assim como uma grande ênfase na televisão, com uma mesa dedicada ao tema, destacando o “desequilíbrio regional importante na geração e distribuição do produto cultural televisivo”, a importância da “abertura da grade de programação das emissoras de TV para a produção independente”, assim como o “papel da televisão pública e os mecanismos de financiamento”, já apontando para a “Instalação e operação de uma Rede Pública de Televisão” (SENNNA, 2002).

Em 2006, o MinC, através da Secretaria do Audiovisual e da Secretaria de Políticas Culturais, e a Radiobrás, com o apoio da Presidência da República e do Ministério da Educação, se voltaram para a elaboração de reflexões e diagnósticos sobre a televisão pública no país visando contribuir para a construção do I Fórum Nacional de Televisões Públicas, realizado em maio de 2007. O objetivo do Fórum foi elaborar um diagnóstico visando à criação de um sistema público de comunicação, com foco na televisão. Em 2007, foi assinada a medida provisória que criou a EBC, transformada na Lei 11.652.

O envolvimento do MinC na implementação da TV Brasil situa-se no contexto das “políticas públicas voltadas para a televisão e para as convergências tecnológicas, midiáticas e empresariais da comunicação eletrônica de massa que foram implementadas pela Secretaria

do Audiovisual” (SENNA, 2008). As políticas voltadas para a televisão pensaram este meio como solução para o gargalo de exibição de filmes nacionais, mas também, e talvez essencialmente, a TV como sendo um meio com particularidades, que demanda um pensamento e uma linguagem própria.

As noções de convergência tecnológica, midiática e empresarial são amplamente discutidas por diversos autores (JENKINS, 2008 e outros). Segundo Jenkins (2008), convergência midiática diz respeito ao “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2008, p. 27). O autor argumenta contra a ideia de que convergência diz respeito apenas ao processo tecnológico “que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos”, ele defende que a convergência representa uma transformação cultural à medida que “consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2008, p. 27).

No âmbito das políticas para a cultura, a televisão no Brasil foi historicamente pensada como janela de exibição de filmes brasileiros, como nos lembra Marson e Simis (2010). A visão desta gestão da SAv (Secretaria do Audiovisual) partiu dessa ideia, no entanto, ao situar a atuação sob o prisma da convergência midiática, colocou todos os meios sob a mesma lógica, ou seja, todos se tornaram “estruturas de produção e distribuição de conteúdo multiplataforma”. Essa perspectiva é importante pois demanda um entendimento das peculiaridades de cada plataforma em toda sua cadeia: a organização da produção, os modos de recepção, a linguagem, as formas de exibição e circulação etc., tornando mais rico o debate sobre audiovisual. Essa perspectiva estava no cerne da atuação do MinC na TV Brasil e conseqüentemente pauta a atuação dos indicados do Ministério para as diretorias e gerências da TV.

Não podemos deixar de notar como, no Brasil, um projeto progressista que insere a TV nas políticas para a cultura chegou tarde se comparado aos projetos de cunho nacionalista desenhados e implementados pelas ditaduras. Até a década de 1970 a mídia televisiva era tida como fonte de embrutecimento. A televisão era acusada até então de “alienar as massas com seus produtos serializados” (JOST, 2007, p. 28). Nos anos 1980 e 1990, quando a TV já estava amplamente popularizada e presente no dia a dia da população, ela ganhou o rótulo de mídia

manipuladora (JOST, 2007). Ela começa a ser pensada de modo a ser inserida nas políticas culturais apenas a partir da década de 1990, como nos lembra Marson e Simis (2010).

Como contraponto às políticas de cunho nacionalista, apostou-se na afirmação da diversidade cultural, associando-a à noção de cidadania cultural. No âmbito da SAV, a partir de 2003, a presença de uma política voltada para a afirmação da diversidade cultural apareceu principalmente nas ações para a regionalização do audiovisual, os editais específicos para cineastas afro-brasileiros e/ou negros e mulheres começaram a aparecer apenas a partir de 2012<sup>17</sup>. A regionalização aparece na tentativa de descentralizar os meios de produção, assim como na ampliação do escopo de difusão e distribuição das obras audiovisuais. A Secretaria atuou, entre 2003 e 2010, na qualificação do debate sobre a regulamentação da regionalização. A questão aparece de forma explícita na Lei da TV Paga e na Lei que institui o Fundo Setorial do Audiovisual, assim como na Lei de criação da EBC. A SAV investiu na regionalização da produção, buscando fortalecer a produção independente e regional, através de programas e ações de incentivo à produção e à criação de infraestrutura regional<sup>18</sup>.

## **2.2 O Programa Cultura Viva**

A ação estruturante do Programa Cultura Viva é o financiamento dos Pontos de Cultura, espaços que desenvolvem ações socioculturais e têm como característica a gestão compartilhada entre poder público e comunidade. Os Pontos são selecionados através de edital público sendo o primeiro de 2004. Em 2009 havia 2.838 Pontos de Cultura espalhados pelo Brasil, conveniados com governo federal, estadual ou municipal (BRASIL, 2013). O Programa abarca outras ações como Escola Viva, Griôs, Cultura Digital, Cultura e Saúde, sendo que todas as atividades estão vinculadas aos Pontos de Cultura. Além disso, há ações de fomento voltadas para fortalecer a Rede Cultura Viva, são elas: Prêmio Cultura Viva, Prêmio Agente Escola Viva, Prêmio Agente Cultura Viva, Prêmio Intercâmbio Cultura Ponto a Ponto, Prêmio Cultura e Saúde, Prêmio Tuxaua, Prêmio Interações Estéticas, Prêmio Pontos de

17 O primeiro é o Edital de Apoio para Curta-Metragem – Curta Afirmativo: Protagonismo da Juventude Negra na Produção Audiovisual, em seguida surge o Edital Carmen Santos de Cinema de Mulheres 2013 – Apoio para Curta e Média-Metragem, seguido de outros.

18 Para detalhes sobre os programas e ações da SAV relacionados à regionalização do audiovisual no período em questão, ver UCHÔA, 2016.

Mídia Livre, Prêmio Areté, Prêmio Estórias de Pontos de Cultura, Prêmio Ludicidade e Pontinhos de Cultura<sup>19</sup>.

Os Pontos de Cultura são compostos por grupos com atuações diversas no âmbito da cultura: “cultura de base comunitária, com ampla incidência no segmento da juventude, Pontos de Cultura Indígenas, Quilombolas, de Matriz Africana, a produção cultural urbana, a cultura popular, abrangendo todos os tipos de linguagem artística e cultural” (BRASIL, 2015). Os Pontões de Cultura são entidades que, assim como os Pontos, são selecionadas por edital público. Os Pontões se destinam à mobilização, à troca de experiências, ao desenvolvimento de ações conjuntas com governos locais e à articulação entre os diferentes Pontos de Cultura. Os Pontões podem agrupar-se em nível estadual e/ou regional ou por áreas temáticas de interesse comum<sup>20</sup>.

A constituição de rede no contexto do Programa Cultura Viva é elemento fundamental. Segundo pesquisa realizada pelo IPEA (SILVA et al., 2011), em todas as instituições conveniadas alia-se à necessidade de recursos a necessidade de conectar-se às redes da política para construir capacidades inexistentes através da realização de oficinas, formação, utilização de recursos tecnológicos e difusão de sua produção cultural. A articulação em torno do fazer cultural e artístico se dá de forma bastante ligada às áreas temáticas de suas atividades apesar dos esforços e da perspectiva de torná-los mais interligados independente da linguagem adotada através da Rede Cultura Viva (SILVA et al., 2011, p. 57 – 87).

Uma das ferramentas importantes criadas pelo MinC para a ativação das redes foi a Ação Cultura Digital. A Ação teve início em 2003 e tinha como objetivo “promover o uso do *software* livre e as ações de inclusão digital, assim como a bandeira da ampliação infinita da circulação de informação e criação” (CULTURA DIGITAL, 2011). A Ação tem duas linhas de atuação que estão intrinsecamente conectadas: políticas públicas para cultura digital e letramento digital e midiático.

Desde o início do governo Lula, o MinC participou de encontros relacionados ao cenário das tecnologias digitais e das redes. Em 2003, durante a II Oficina para Inclusão Digital promovida pelo Ministério do Planejamento, foi anunciado o apoio oficial ao *software* livre<sup>21</sup> e a criação da Câmara Técnica voltada para implementação de *software* livre, dirigida

---

19 Ministério da Cultura, “Cultura Viva”. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/culturaviva/culturaviva/apresentacao>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

20 Ministério da Cultura, “Pontão”. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/culturaviva/ponto-de-cultura/pontao>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

21 *Software* livre é o *software* que respeita o direito do usuário de executar, copiar, distribuir, estudar, mudar e melhorar o software, as versões derivadas devem manter os mesmos direitos. O *software* livre está baseado

pelo professor Sérgio Amadeu da Silveira. Esse fato é relevante pois o movimento do *software* livre ganhou, pela primeira vez no mundo, *status* de política pública sem envolver meramente a troca de um produto por outro (*software* proprietário pelo livre), mas uma opção entre diferentes modelos de desenvolvimento no âmbito das tecnologias da informação e da comunicação.

Meireles (2008)<sup>22</sup> descreve a prática de letramento digital e midiático desenvolvido no âmbito da Ação Cultura Digital. Segundo a autora, “letramento digital” é o desenvolvimento de habilidades para aplicar TICs (tecnologias da informação e comunicação) nas práticas sociais; por “letramento midiático” entende-se abordar e conceituar a cultura presente no uso das TICs. Todos os Pontos de Cultura, ao serem conveniados, recebiam diretamente do Ministério (ou do estado, ou do município conforme convênio) um kit multimídia composto por uma estação de trabalho multimídia, equipamentos de áudio, vídeo, entre outros, ou uma verba reservada especificamente para aquisição de equipamentos multimídia conforme necessidade de cada Ponto. A prática de letramento digital e midiático com os Pontos se deu inicialmente através dos Encontros de Conhecimentos Livres. Com a criação dos Pontões de Cultura Digital<sup>23</sup>, essa função foi transferida para eles. Observa-se aí uma disposição em pensar a inclusão digital não apenas como acesso às tecnologias digitais, mas também como forma de propiciar condições para a apropriação de tais tecnologias a fim de estimular a produção cultural e midiática crítica e o desenvolvimento em rede, em consonância com a visão que perpassou as políticas do MinC no período estudado, associando a noção de diversidade cultural à de cidadania cultural.

A Teia, encontro nacional dos Pontos de Cultura, e as microteias, encontros regionais, também tiveram papel importante no plano de articulação em rede fomentado pelo Estado. Os encontros eram formados por fóruns temáticos e apresentações culturais dos Pontos e pensados como espaço de diálogo entre o Estado e a sociedade. Este diálogo se dava também nos fóruns regionais dos Pontos de Cultura, articulados virtualmente e com periodicidade variada (o do Rio de Janeiro, por exemplo acontecia cerca de uma vez por mês). Além disso, foi formada a CNPdC (Comissão Nacional dos Pontos de Cultura), composta por

---

na lógica da colaboração entre pares, entende-se que ao somar esforços na resolução das tarefas, o produto resultante será mais funcional e robusto do que se tivesse sido produzido individualmente.

22 As noções e usos de “media literacy” e “digital literacy”, em português traduzido como letramento midiático e digital, são amplamente discutidos por diversos autores. Meireles (2008) descreve os conceitos tendo como recorte a prática da Ação Cultura Digital junto aos Pontos de Cultura.

23 Os Pontões de Cultura Digital são Pontões temáticos que trabalham especificamente com o universo da cultura digital.



representantes dos Pontos de Cultura, e dividida em grupos de trabalho temáticos e estaduais. Por último, no elenco de “ferramentas” usadas para potencializar a Rede Cultura Viva, as ações de fomento tiveram o papel de ativar a circulação entre Pontos, Pontões e comunidade, assim como incentivar práticas de experimentalismo estético no âmbito da rede.

Segundo Labrea (2014), a apropriação do conceito de “rede” no discurso do Estado no caso do Cultura Viva foi uma metáfora que buscou enfatizar a participação social e a gestão compartilhada como forma de governo. Buscou-se com o Programa não apenas “dar recursos financeiros a projetos culturais de grupos sociais até então periféricos e excluídos das políticas culturais, como articulá-los em redes e fomentar circuitos culturais<sup>24</sup> entre os integrantes das redes e suas comunidades, ampliando a visibilidade desses novos sujeitos em suas comunidades e para a sociedade em geral” (LABREA, 2014, p. 16).

As noções de rede que o Cultura Viva mobilizou são polissêmicas. Elas dizem respeito às articulações locais, regionais, estaduais e nacional entre os Pontos e Pontões de Cultura e comunidades; às relações entre Pontos e Pontões; às redes virtuais; aos espaços e eventos de inclusão e participação social; aos mobilizadores regionais; aos circuitos culturais e à forma de gestão do programa. Essas redes possuem características particulares por serem “simultaneamente espaço cultural que pretende articular diversas linguagens artísticas (música, dança, teatro, literatura, culturas popular, cultura digital, cinema), espaço formativo e educativo (de troca de saberes e fazeres e tecnologias sociais) e espaço de articulação política (no caso, a interlocução entre Estado e sociedade)” (LABREA, 2014, p.23 e 185).

Labrea avalia que se por um lado considerar todo espaço de participação social como uma instância da rede amplia sua dimensão, por outro, “também a despolitiza porque não discute ou problematiza o modo como estes espaços se estruturam e o que eles representam” (LABREA, 2009, p.66, apud LABREA, 2014). Segundo a autora, isso é possível a partir de processos de silenciamento. “A rede silencia sobre essas (e outras) questões, evitando a polêmica, despolitizando e naturalizando a desigualdade e a hierarquia de muitos de seus espaços (LABREA, 2014, p. 20).

A autora denomina esse processo de “elisão do político”. Segundo Labrea, enquanto a elisão do político apareceu em diversos momentos na relação do Estado com os Pontos, na relação entre os próprios Pontos o diálogo fluiu com mais intensidade.

---

<sup>24</sup> Circuitos culturais “compreendem formas de organização social pelas quais se constituem a criação, a produção, o consumo, a circulação e a difusão cultural” (SILVA et al., 2011, p. 12).

O espaço de interlocução indica que alguns grupos de pontos ressignificaram a rede como metáfora e, na impossibilidade de criar redes com o Estado, em função da ocupação dos espaços enunciativos por estruturas formais. Ao participarem da agenda de eventos e encontros, eles criaram redes de pontos de cultura, baseada na troca de tecnologias sociais, em processos formativos e intercâmbios artísticos. Estas redes sinalizam que para além do plano de trabalho há processos criativos, e se têm dificuldades em dialogar com a gestão, conversam entre si. A solidariedade e a colaboração é a tônica destas relações (LABREA, 2014, p. 221).

Labrea (2014) propõe o conceito “rede híbrida de cultura” para descrever as redes do Cultura Viva, redes que se filiam ao discurso característico da organização em rede baseada em uma estrutura horizontal, mas, na prática, muitas vezes se organizam de forma hierárquica e verticalizada. “Redes híbridas [...] se situam em espaços de entremeio, em constante reformulação” (LABREA, 2014, p. 32). A reflexão de Labrea é relevante pois enfatiza que esse é um processo em constante negociação. A autora destaca a problemática na relação com o Estado, mas há, da parte dos Pontos de Cultura, a negociação com a própria comunidade onde se inserem, já que a partir do momento que se tornam Ponto de Cultura passam a ter que negociar com sua comunidade (associações comunitárias, bancos, universidades, escolas, igrejas, comércio local etc) a partir da complexa relação com o Estado. Importante lembrar que estas problemáticas emergem justamente em função da dimensão provocadora do Programa, que busca neste tipo de organização uma forma de fazer política pública.

O incentivo às práticas de experimentalismo estético no âmbito da rede se dá de forma bastante ligada às áreas temáticas de suas atividades. No âmbito do audiovisual, por exemplo:

[...] os 4 eixos que caracterizam o Ponto de Cultura de Audiovisual são:

- 1 - Pesquisa audiovisual;
- 2 - Capacitação para o exercício do audiovisual;
- 3 - Produção de audiovisual;
- 4 - Exibição de audiovisual;

Na última TEIA foi tirada uma deliberação de que qualquer Ponto de Cultura que tenha pelo menos 2 desses 4 eixos na sua proposta de trabalho seria considerado Ponto de Cultura de Audiovisual, para efeito de Editais e outras iniciativas do MINC (ALEXANDRISKY, Davy, “Consulta urgente” [mensagem pessoal à lista PDCrjes: [pdcrjes@yahoogroups.com](mailto:pdcrjes@yahoogroups.com)] em 28 fev. 2011)

Ou seja, mesmo as ações de fomento no âmbito da rede Cultura Viva parecem ser orientadas por áreas temáticas, ainda que essa autodenominação pareça ser fluida e flexível e

o mesmo Ponto possa participar de mais de uma rede temática simultaneamente.

Entre 2007 e 2008 houve um movimento articulado pela SPPC junto aos Pontos de Cultura para formação da rede dos Pontos de Cultura de audiovisual em nível nacional. O projeto consistiu, basicamente, numa tentativa de mapeamento dos Pontos de Cultura de audiovisual, não apenas os de vocação audiovisual, mas também aqueles que haviam se apropriado do audiovisual de forma sistemática. Segundo Juana Nunes, para fins do mapeamento, os Pontos de Cultura se autodefiniram como Pontos de Cultura de audiovisual. No âmbito da SPPC, o programa Ponto Brasil surgiu neste contexto, inserido na rede dos Pontos de Cultura de audiovisual.

### **2.3 TV Brasil**

No Brasil, a televisão privada antecede a pública. Os serviços públicos de radiodifusão surgem como complementares ao privado e não ao contrário. Laurindo Leal Filho destaca quatro momentos significativos na história da radiodifusão pública brasileira: “o primeiro, na fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 1923, por Roquette Pinto, seguida pela criação de sociedades e clubes de ouvintes que manteriam com suas contribuições as emissoras de rádio voltadas para fins informativos, culturais e educativos”. Segundo o autor, o modelo perdeu a autonomia ao “sucumbir ao comércio com a regulamentação da publicidade em 1932, quando o governo autorizou as emissoras a ocupar 10% de suas programações com anúncios”. Em sua avaliação, a acomodação de interesses privados e estatais na mesma instituição gerou falta de limites entre o público e o privado. O segundo momento, década de 1960, foi o da criação da Fundação Padre Anchieta, responsável pela TV Cultura, em São Paulo. Destacamos também, no período, a criação das TVs educativas. O terceiro momento foi o da explicitação na Constituição de 1988, em seu artigo 223, de que “compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas público, privado e estatal”. O quarto momento ocorreu com a promulgação da Lei do Cabo (lei 8.977/1995) - “foi ela que possibilitou a existência das emissoras de acesso público como as legislativas, universitárias e comunitárias. Um passo importante rumo à ampliação

das ofertas televisivas, mas ainda restrito a parcela minoritária da população que tem acesso a esse tipo de serviço” (LEAL FILHO, 2007, p. 21-22).

O artigo 223 da Constituição até hoje não foi regulamentado de modo a ser efetivado. Apesar de definir a complementariedade entre os sistemas público, privado e estatal, ficou pendente uma definição mais clara de cada um. Dialogando com a Constituição, o II Fórum de TVs Públicas propôs:

O sistema estatal é caracterizado pela finalidade não-comercial, pelo atendimento exclusivo das finalidades educativas, informativas, artísticas e culturais previstas nos artigos 221 da Constituição Federal, pelo respeito aos objetivos da Lei 11.652<sup>25</sup>, de 2008, e pela programação voltada à divulgação e transparência dos atos institucionais e à prestação de contas da administração pública em suas três esferas de poder: o Executivo, o Legislativo e o Judiciário. Já o sistema público, não-estatal, seria aquele que também opera sem intenção de lucro, obedece exclusivamente aos princípios do artigo 221 da Carta Magna, observa os princípios e objetivos contidos na Lei 11.652, mas que, diferente do anterior, tem as diretrizes de gestão da programação e a fiscalização como atribuição de órgão colegiado deliberativo, representativo da sociedade, no qual o Estado ou governo não devem ter maioria (II Fórum de TVs Públicas, apud VALENTE, 2009, p. 90).

O artigo 221 da Carta Magna, citado acima, diz respeito à produção e à programação das emissoras de rádio e televisão e deve atender 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. Importante destacar que este artigo tampouco foi regulamentado e, portanto, no âmbito do sistema de radiodifusão, não há uma regra que reja a regionalização do audiovisual. Há, todavia, leis e decretos específicos que definem percentuais de programação regional, como é o caso da Lei que institui a EBC que garante “.... mínimos de 10% (dez por cento) de conteúdo regional e de 5% (cinco por cento) de conteúdo independente em sua programação semanal, em programas a serem veiculados no horário compreendido entre 6 (seis) e 24 (vinte e quatro) horas”. É considerado regional o “conteúdo produzido num determinado Estado, com equipe técnica e artística composta majoritariamente por residentes locais”; e conteúdo independente aquele “cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra, não tenha qualquer

---

25 Lei que institui a EBC.

associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviço de radiodifusão de sons e imagens ou prestadoras de serviço de veiculação de conteúdo eletrônico”<sup>26</sup>.

O modelo de gestão é central na diferenciação entre sistema público, não-estatal e sistema estatal proposta pelo Fórum. No Brasil, até a criação da TV Brasil, havia dois modelos principais em voga: o da TV Cultura e da TVE do Rio de Janeiro. A TV Cultura foi comprada pela Fundação Padre Anchieta no final da década de 1960 e entrou no ar em 1969. Seu modelo de gestão tem como referência a BBC (British Broadcasting Corporation) inglesa, “a emissora é dirigida por um Conselho Curador representativo da sociedade e com uma autonomia de gestão garantida pela figura jurídica do direito privado” (LEAL FILHO, 2007, p. 22).

As TVEs surgiram com força no Brasil durante a ditadura militar, no final da década de 1960. “O projeto para a radiodifusão educativa é formulado no bojo de um movimento de reforma da política educacional do regime militar, [...] que tinha como objetivo adequar o sistema educacional brasileiro à doutrina Segurança e Desenvolvimento.” (VALENTE, 2009, p. 57).

A percepção, pelas ditaduras brasileiras, do poder e importância da mídia de massa antecede à ditadura militar. Na “Era Vargas” (1930 – 1945) já havia essa compreensão, buscou-se “obter o controle dos meios de comunicação, garantindo assim, tanto quanto possível, a homogeneidade cultural” (CPDOC, 2017). Neste caso, as mídias de massa centravam-se no rádio, com o controle da Rádio Nacional e Rádio Mauá, e no cinema, com a criação, em 1936, do Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), além dos jornais nacionais. O rádio foi pensado estrategicamente como veículo de difusão do projeto político-pedagógico do governo. A Rádio Nacional

contava com expressiva verba oficial para manter o melhor elenco da época, incluindo músicos, cantores, radioatores, humoristas e técnicos. Em seus programas transmitiam-se os padrões de comportamento e valores desejáveis. Buscando monopolizar a audiência popular, o governo instituiu concursos musicais em que a opinião pública elegia

---

26 O entendimento de “independente” é tema de debates e divergências. No caso desta Lei, por exemplo, programas produzidos fora da TV Brasil, mas que têm mais de 51% dos direitos patrimoniais comprados pela EBC, não poderiam ser considerados independentes. Marco Altberg, presidente da Associação Brasileira de Produtoras Independentes de Televisão (ABPITV), pondera que existe uma diferença entre a produção e o produtor independente. “O produtor não deixa de ser independente se estiver produzindo para um canal sem a maioria dos direitos, mas o produto deixa. Existem canais que terceirizam quase toda grade, mas o conteúdo não é independente” (OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. “Caminhos da produção independente”. 2013. Disponível em: <[observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/\\_ed756\\_caminhos\\_da\\_producao\\_independente/](http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/_ed756_caminhos_da_producao_independente/)>. Acesso em: 10 dez. 2016)

seus astros favoritos. A apuração era feita no DIP, e o resultado era transmitido durante o programa "Hora do Brasil". Em agosto de 1941, foi criado o "Repórter Esso", jornal radiofônico inspirado no modelo norte-americano com notícias procedentes da United Press International (UPI). A Rádio Mauá, diretamente ligada ao Ministério do Trabalho, e autodenominando-se "a emissora do trabalho", popularizava a imagem de Vargas (CPDOC, 2017).

O INCE, por sua vez, foi o primeiro órgão de governo planejado especificamente para o cinema. O órgão nasceu subordinado ao Ministério da Educação e teve como orientação o cinema educativo. A política deste governo para as mídias de massa foi caracterizada pelo controle dos meios orientada pela propaganda do governo, educação e divulgação de determinada cultura, visando dar sustentação à construção de um projeto de identidade nacional via formulação discursiva e ideológica (CPDOC, 2017).

Em 1998, o governo federal transformou a Fundação Roquette Pinto em ACERP, entidade à qual a TVE do Rio de Janeiro foi vinculada. Segundo Leal,

no âmbito federal, o caso da TVE pode ser qualificado como uma tentativa ainda embrionária de transição do estatal para o público. Com a adoção do modelo de organização social, nos anos 90, a emissora livra-se de algumas amarras impostas pelo Estado. O governo federal firma com a TVE um contrato de gestão que se por um lado lhe dá maior autonomia administrativa, por outro não amplia sua independência institucional (LEAL FILHO, 2007, p. 22)

Com relação à regulamentação da televisão no Brasil, conseguiu-se aprovar em 2011 a Lei 12.485, conhecida como Lei da TV Paga, que não atinge a TV aberta, mas é fundamental pois regulamentou um nicho importante do sistema de comunicação do país e criou uma inédita demanda por programação independente nas televisões em função da obrigatoriedade das cotas de programação<sup>27</sup>. A Lei também atualizou a Lei do Cabo.

A regulamentação da TV aberta não avançou de forma efetiva até os dias atuais. Havia uma expectativa do setor de que o governo Lula avançaria neste âmbito, mas sua atuação deixou a desejar. A frágil regulamentação da TV aberta reverberou na escolha do padrão de TV Digital, que poderia complexificar o cenário, no entanto beneficia

---

27 A Lei determina que “em todo pacote ofertado, a cada três canais de espaço qualificado, um deve ser brasileiro, limitando-se a 12. Desses, pelo menos dois devem veicular 12 horas diárias de conteúdo audiovisual brasileiro produzido por produtoras independentes, sendo três horas em horário nobre” (HOLANDA, 2013, p. 72). Além disso, os canais estrangeiros de espaço qualificado devem destinar, no mínimo, 3:30h semanais de conteúdo brasileiro a ser veiculado no horário nobre e metade deverá ser produzida por produtoras brasileiras independentes.

àquelas emissoras que já tinham concessões de TV aberta, já que a TV digital não foi considerada um novo serviço. Com isso, ela não passou pelo Congresso (como obriga a Constituição no caso das concessões) e ainda criou uma aberração, pelo fato de a TV digital possibilitar a oferta de outros serviços, como a multiprogramação ou recursos interativos. Perdeu-se também a oportunidade de impor obrigações às concessionárias, que seguem utilizando um bem público sem praticamente nenhuma obrigação em relação ao conteúdo transmitido. Na prática, reforçou-se o modelo concentrador e permissivo atualmente praticado nas concessões de rádio e TV (INTERVOZES, 2007).

Com relação à TV pública, Caribé afirma que a novidade maior do decreto 5.820/2006, que dispõe sobre a implantação do SBTVD-T (Sistema Brasileiro de TV Digital), é o Art. 13, que estipula “reservar à União a exploração de quatro canais com finalidades públicas: Canal do Poder Executivo; Canal de Educação; Canal de Cultura; e, por fim, o Canal de Cidadania”. Segundo o autor, “tentou-se, dessa forma, sincronizar os canais abertos a princípios estabelecidos apenas na Lei do Cabo, e, assim, estimular a formação de campo público de TV (CARIBÉ, 2015, p.109).

Os Fóruns Nacionais de TVs Públicas se debruçaram, também, sobre o refinamento do conceito de “sistema público” no âmbito dos sistemas de comunicação no Brasil. Sobre a TV pública brasileira, Eugênio Bucci afirma:

Seria melhor para a TV pública se ela tivesse cuidado antes de prometer, como às vezes promete, entretenimento para a plateia. Anunciando esse gênero de atrativo, ela se confunde – ainda mais – com a televisão comercial. Nubla sua própria identidade. O entretenimento, esse pujante ramo do comércio, não tem nada a ver com a comunicação de caráter público (BUCCI, 2006, p. 10).

Com essa introdução, ele abriu sua palestra realizada durante o I Fórum Nacional de TVs Públicas, com título “A TV Pública não faz, não deveria dizer que faz e, pensando bem, deveria declarar abertamente que não faz entretenimento”. Essa linha de pensamento foi consolidando um dos ideários do que viria a ser a TV Brasil: Uma TV pública, entre outras coisas, deveria “buscar o conteúdo que não cabe na TV comercial”, “A experimentação estética, um dever que ela tem, não pode conviver com o medo da chatice ou com o imperativo de agradar às maiorias médias o tempo todo” (BUCCI, 2006, p. 15). Bucci compartilha da noção, presente nas discussões sobre a nova TV pública brasileira, da problemática no uso de renda da publicidade como fonte de financiamento das TV públicas, o autor e gestor é contrário a este caminho. Assim como o modelo de gestão, as fontes de

financiamento também são tidas como central na consolidação de TVs públicas autônomas, independentes do Estado.

A TV Brasil surge neste contexto como tentativa de estabelecer a primeira TV efetivamente pública brasileira de abrangência nacional. Um projeto de TV Pública, como nos lembra Teresa Otondo (2012), remete a um projeto de sociedade. Neste sentido, não estranha que a construção da TV Brasil tenha emergido num momento de grande movimentação e expectativa que marcou, entre movimentos sociais e culturais, os primeiros anos do PT (Partido dos Trabalhadores) no governo brasileiro.

A EBC foi estruturada a partir da incorporação da Radiobrás e do patrimônio da ACERP com a função de prestar serviços de radiodifusão pública, com redes próprias de repetição e retransmissão de radiodifusão. A EBC foi criada vinculada à Secom (Secretaria Especial de Comunicação Social). Pela Lei de criação da EBC, o orçamento da empresa deve ser constituído de receita proveniente das diversas fontes:

- I - de dotações orçamentárias;
- II - da exploração dos serviços de radiodifusão pública de que trata esta Lei;
- III - no mínimo, de 75% (setenta e cinco por cento) da arrecadação da contribuição instituída no art. 32 desta Lei;
- IV - de prestação de serviços a entes públicos ou privados, da distribuição de conteúdo, modelos de programação, licenciamento de marcas e produtos e outras atividades inerentes à comunicação;
- V - de doações, legados, subvenções e outros recursos que lhe forem destinados por pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado;
- VI - de apoio cultural de entidades de direito público e de direito privado, sob a forma de patrocínio de programas, eventos e projetos;
- VII - de publicidade institucional de entidades de direito público e de direito privado, vedada a veiculação de anúncios de produtos ou serviços;
- VIII - da distribuição da publicidade legal dos órgãos e entidades da administração pública federal, segundo o disposto no § 1º do art. 8º desta Lei;
- IX - de recursos obtidos nos sistemas instituídos pelas Leis n.ºs 8.313, de 23 de dezembro de 1991, 8.685, de 20 de julho de 1993, e 11.437, de 28 de dezembro de 2006;
- X - de recursos provenientes de acordos e convênios que realizar com entidades nacionais e internacionais, públicas ou privadas;
- XI - de rendimentos de aplicações financeiras que realizar;
- XII - de rendas provenientes de outras fontes, desde que não



comprometam os princípios e objetivos da radiodifusão pública estabelecidos nesta Lei.

[...] (Lei No 11.652/2008)

O Artigo 32 a que se refere o inciso III acima diz respeito à “Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública”, que é formada a partir da destinação de 10% da Taxa de Fiscalização de Funcionamento devida ao Fistel (Fundo de Fiscalização das Telecomunicações). Apesar da Lei prever outras fontes de financiamento, segundo relatórios (2009 - 2014), a maior parte da receita da empresa vem de dotações orçamentárias<sup>28</sup>. Paiva e Santos (2008) defendem que a dependência da EBC do recurso governamental criou uma fragilidade grave, “o risco de que a TV Brasil vire apenas mais uma emissora mandada e desmandada pelo 'governo do dia', e isso não combina com o discurso de independência em relação a ele” (PAIVA e SANTOS, 2008, p. 8). Essa previsão se mostra acertada pois em junho de 2016 o governo interino de Michel Temer anunciou que enviaria ao Congresso um projeto de lei reduzindo a atuação e os custos da EBC, para isso pretendia fechar a TV Brasil<sup>29</sup>. A ameaça não chegou a se concretizar, no entanto mostra a problemática da questão. Talvez mais crítico, com relação à suscetibilidade da TV Brasil aos humores do governo em voga, seja a Medida Provisória nº 744/2016 do então presidente da república Michel Temer, que excluiu o Conselho Curador da gestão da EBC.

O modelo de gestão da EBC foi inicialmente caracterizado por um Conselho de Administração e por uma Diretoria Executiva, um Conselho Fiscal e um Conselho Curador. No momento de sua constituição foram nomeados os membros da Diretoria Executiva, então composta pela diretora-presidente, Tereza Cruvinel, pelo diretor-geral, Orlando Senna<sup>30</sup>, e quatro diretores: Helena Chagas (Jornalismo), Delcimar Pires (Administrativo e Financeiro), Mário Borgneth (Relações e Rede) e Leopoldo Nunes (Conteúdo e Programação). Em 2008, as diversas Gerências da TV Brasil foram estabelecidas, entre elas a Gerência Executiva de Conteúdo com Israel do Valle e, vinculada a ela, a Gerência de Conteúdos Colaborativos, com Leandro Saraiva, ambas ligadas à Diretoria de Conteúdo e Programação. Importante ressaltar que neste momento o MinC tinha participação relevante na composição das diretorias da

---

28 Valores monetários autorizados e consignados na Lei Orçamentária Anual (LOA)

29 ANIZELLI, Eduardo. “Temer pretende reduzir atuação da EBC e fechar a TV Brasil”. Folha de São Paulo, 19 de jun. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/06/1782574-temer-pretende-reduzir-atuacao-da-ebc-e-fechar-a-tv-brasil.shtml>>. Acesso em: 10 ago. 2016.

30 Senna foi Secretário do Audiovisual entre 2003 e 2007, a partir de dezembro de 2007, torna-se diretor-geral da TV Brasil. Silvio Da-Rin assumiu a SAV após sua saída.

EBC, dos seis diretores, três eram oriundos do órgão: o ex-Secretário de Audiovisual Orlando Senna, o ex-Assessor Especial do Ministro da Cultura e principal articulador do I Fórum Nacional de Televisões Públicas, Mário Borgneth e o ex-Presidente da ANCINE, Leopoldo Nunes. A Secom, por sua vez, foi responsável pela indicação da diretora-presidente e de jornalismo, marcando a relação de força dentro do governo em torno do projeto.

O braço televisivo da EBC gere três canais: a NBr, canal institucional do governo federal; o Canal Integración e a TV Brasil. As duas primeiras existiam anteriormente e estavam vinculadas à Radiobrás. A TV Brasil surgiu com a Lei de criação da EBC e foi formada pela incorporação da TVE do Rio de Janeiro, TV Nacional de Brasília, TVE de São Luís do Maranhão e, “já durante a gênese de sua empresa mantenedora, a EBC, o Executivo obteve junto ao Ministério das Comunicações uma outorga para um canal analógico e digital na cidade de São Paulo” (VALENTE, 2009, p. 165). A sede da TV Brasil ficou no Rio de Janeiro, onde era a TVE, com filiais em Brasília, São Paulo e Maranhão. Sobre a forma como a TV foi implementada, Saraiva conta:

a gente, a gente quero dizer a direção da TV Brasil, foi uma nave espacial que aterrizou em cima da TVE. A TVE tinha sua dinâmica e essa ligação nunca aconteceu bem, [...]. Tinha lá suas decisões e seus cargos funcionando na TVE, chegamos nós que éramos uma direção convidada e ganhávamos muito mais do que os antigos diretores e ocupamos os lugares deles, então o que tu acha que as pessoas fizeram, no cotidiano da televisão, colaboraram com a gente? [...] E fora problemas graves internos que eram problemas antigos da TVE, como má remuneração dos funcionários. [...] Então era complicado fazer televisão e não resultou muito porque essa nova diretoria e a grana que entrou em equipamento e tal, não teve um plano de reorganização da produção decente para as pessoas que já trabalhavam lá [...] (SARAIVA, 2016, em entrevista).

Saraiva trabalhou como Gerente de Conteúdos Colaborativos entre 2008 e 2009, essa avaliação diz respeito a este momento. Ele aponta essa questão como uma das fragilidades relativas ao modo de implementação da TV. Não chegamos a verificar como a questão da fundição da estrutura da TVE com a da nova TV prosseguiu nos anos seguintes, mas nos pareceu relevante citar a crítica de Saraiva pois diz respeito às micropráticas que, segundo Norbäck (2011) - e concordamos com ela - é vital de ser estudado se quisermos entender as (macro) instituições.

A arquitetura de rede da TV Brasil é mais complexa. Segundo relatório de gestão da EBC, até 2009 a rede de difusão da programação própria da TV Brasil era composta pelos

seguintes canais: TV Brasil, Brasília-DF; TV Brasil, Rio de Janeiro-RJ; TV Brasil, São Luís-MA; TV Brasil, São Paulo – SP. Esta malha de cobertura era suplementada pela associação com TVs Educativas e Universitárias estaduais, formando a Rede Pública de Televisão. A programação era também acessível aos usuários de antena parabólica que acessavam a televisão pela Banda C, diretamente do satélite. A Lei de criação da EBC determinou ainda a oferta da programação por todas as operadoras de televisão por assinatura nas diferentes modalidades tecnológicas (Relatório de Gestão EBC, 2009, p. 57).

No diálogo do governo federal com as emissoras educativas e as TVs públicas estaduais sobre a formatação da arquitetura de rede da TV Brasil, chegou-se a um modelo no qual: “os membros poderiam participar como associados ou plenos. O primeiro estaria autorizado a utilizar programação da TV Brasil e poderia apresentar conteúdos para uso por parte desta. O segundo teria benefícios maiores, mas teria que adotar um modelo de gestão semelhante àquele da nova emissora federal” (VALENTE, 2009, p. 126). As negociações sobre a definição do modelo de rede avançaram e em maio de 2008 definiu-se que

ela seria estruturada em uma grade de programação de, no mínimo, oito horas, que deveria ser veiculada pelas associadas. Destas, quatro horas seriam obrigatoriamente preenchidas pelo conjunto de emissoras educativas estaduais. O restante do tempo seria ofertado pela TV Brasil. A proposta também previa maneiras diferenciadas de integração à rede. Na opção plena, a associada teria o dever de transmitir a grade comum, mas ganharia o direito a benefícios como investimentos e apoios financeiros na produção e compartilhamento de conteúdo e no desenvolvimento de infra-estrutura. Na modalidade mínima, a emissora poderia veicular pelo menos três horas da grade nacional, porém receberia apoio menor. A grade de programação seria definida por um “comitê de rede” composto por representantes das associadas. Este órgão teria poder de decisão não só sobre o conteúdo, mas também sobre os projetos que fossem desenvolvidos pela rede. Conforme a proposta, a distribuição dos recursos arrecadados pelos programas da grade nacional se daria de maneira diferente do que é praticado pelo setor comercial. Ao invés das emissoras receberem pelo seu potencial de arrecadação, o acesso aos recursos se daria pela quantidade de conteúdo que está sendo veiculado na grade nacional. (VALENTE, 2009, p. 139)

A configuração da TV pública que se formava estava em discussão naquele momento. Havia uma disputa entre a

ênfase nos conteúdos jornalísticos, conforme a posição defendida pela SECOM, ou uma ênfase na produção independente e regional, defendida pelo Ministério da Cultura. Ou ainda, um modelo de produção regional através da veiculação do produto das emissoras locais versus um modelo voltado para a diversidade da produção local,

mediante uma associação mais íntima com a produção independente (IKEDA, 2012, p. 16).

Ou seja, o modelo de rede da TV estava em debate. O modelo proposto pelo MinC buscava horizontalidade no sentido de fortalecer as pontas da rede. Seria a oposição entre um modelo “pré-concebido de sistema estatal, gerando canais de primeira e de segunda classe”, e um “efetivo sistema público de comunicação” (Caderno do Fórum de TVs Públicas, 2006, p. 90) que busca uma arquitetura que visa tirar o poder das cabeças de rede. As TVs se tornariam estrutura que, em vez de dar conta da produção, ainda que produzida regionalmente, ativam redes locais de produtores independentes. Esta noção é percebida em projetos caros ao Ministério, como o DOCTV. Além disso, o MinC defendia que os conteúdos integrantes das quatro horas ofertadas por produções da TV Brasil fossem programas culturais (VALENTE, 2009, p. 140).

Os cadernos dos Fóruns de TVs Públicas já apontavam algumas percepções sobre rede no contexto da televisão pública. Entre elas destacamos: o desenvolvimento de um portal de oferta de conteúdo em vídeo sob demanda do usuário com a participação de todas as emissoras do Campo Público de Televisão (IPTV pública); a proposta de transformar as TVs comunitárias em Pontos de Cultura, dotando-as de equipamentos para produção de conteúdos audiovisuais e multimídias; a criação de um banco de produções audiovisuais, em que os conteúdos gerados nacionalmente pelos diferentes participantes do sistema seriam armazenados em um banco de dados único que poderia ser acessado de forma remota para compor a grade dos canais públicos (I FÓRUM NACIONAL DE TVs PÚBLICAS. Caderno de Debates. Brasília, 2007), entre outras propostas. Destacamos essas pois nos parecem apontar o perfil de rede proposto no contexto das políticas do órgão e porque as propostas, apesar de não terem sido implementadas no contexto da TV Brasil, foram, de certa forma, levadas adiante pelo MinC por meio de outras ações. A proposta de transformar as TVs comunitárias em Pontos de Cultura dialoga diretamente com o Prêmio Pontos de Mídia Livre, que está entre as políticas de fomento da SPPC que falamos antes. Com relação à criação do banco de conteúdos audiovisuais, destacamos as ações da Cinemateca Brasileira de digitalização dos acervos com vista, entre outras coisas, à criação de um banco de conteúdos audiovisuais. Essa ação está inserida nas políticas voltadas para distribuição e circulação de filmes nacionais, mas não deixa de ser relevante perceber como a ideia do banco aparece em mais de um âmbito da SAv/MinC. Uma proposta que dialoga diretamente com a noção de

banco de conteúdo para TV é a criação do banco no âmbito da TAL (Televisão América Latina), capitaneado, entre outros, por Orlando Senna. Claramente a noção de rede pública de televisão no âmbito das discussões do Fórum de TVs Públicas, que teve uma influência forte do ideário das políticas do MinC, é extremamente ampla e contempla o cenário da convergência midiática desde uma perspectiva do campo público de televisão, não se limitando à formação de rede de TV baseada na lógica hierárquica de cabeças de rede e associadas, tampouco limitando o entendimento de TV àquela que estamos chamando de *stricto sensu*.

O núcleo ligado ao MinC saiu da TV Brasil entre 2008 e 2009. Borgneth foi exonerado em 2008, logo em seguida, em junho de 2008, Orlando Senna pediu afastamento declarando “discordar da forma de gestão adotada pela empresa que, entre outros equívocos, concentra poderes excessivos na Presidência, engessando as instâncias operacionais, que necessitam de autonomia executiva para produzir em série, como em qualquer TV” (SENNA, 2008). Em abril de 2009 Leopoldo Nunes foi exonerado e a diretoria à qual estava à frente foi desmembrada em diretoria de Produção e “para absorver e gerir a programação, com independência em relação às áreas produtoras, foi criada a Superintendência de Programação de TV, vinculada à Diretoria Geral” (EBC, p. 58, 2009), que assumiu a função de licenciamento de obras audiovisuais produzidas por terceiros (filmes, documentários e séries). Leandro Saraiva, gerente de conteúdos colaborativos, saiu da TV Brasil após a finalização do programa Ponto Brasil, com sua saída, esta gerência foi desativada.

A TV Brasil segue e estamos dialogando com questões apontadas por aqueles que traziam o viés das políticas culturais capitaneadas pelo MinC porque o Ponto Brasil, nosso estudo de caso, se situa aí. Mas, claro, seguir este fio da meada e não outro é um recorte e é apenas uma história que se conta, sabendo que as outras estão ali, e ali seguem, com suas questões e logros, interesses e orientações.

### III PONTO BRASIL E A PRODUÇÃO COLABORATIVA NA TV

A produção colaborativa na televisão tem características próprias se comparada com outros meios e mídias, aqui estamos focando no que Machado (1987) chama de televisão *stricto sensu*, aquela baseada no modelo *broadcasting*, emissão por um polo transmissor para “dezenas de milhões de aparelhos receptores” (MACHADO, 1987, p. 17). Para tanto, na primeira parte do capítulo fazemos um apanhado das discussões sobre o entendimento de colaborativo na televisão. Em seguida teceremos comentários sobre a produção colaborativa no âmbito do programa Ponto Brasil a partir das referências apresentadas no início do capítulo e do método do programa. Dedicamos a parte final à descrição do método de produção audiovisual desenvolvido no contexto do programa.

#### 3.1 A produção colaborativa na televisão

O modo colaborativo de produção do Ponto Brasil é tido, em documentos e na divulgação do programa, como a principal novidade em termos da produção independente para a televisão. O entendimento de colaborativo no âmbito da televisão *stricto sensu* varia bastante. A produção colaborativa na TV é entendida de formas tão diversas quanto a colaboração entre a televisão e produtoras independentes (NORBÄCK, 2011); a colaboração voluntária ou ainda a criação coletiva (CANNITO, 2009 e FRIEDLAND, 1995). Antes de aprofundar a discussão sobre a noção de colaborativo, faremos uma breve introdução sobre as características próprias da televisão *stricto sensu* e sobre a televisão digital e a convergência midiática.

Falar em televisão atualmente exige uma conceituação inicial. No âmbito brasileiro identificamos pelo menos três grandes categorias de televisão (que não necessariamente seguem o mesmo modelo): a televisão aberta em processo de migração do padrão analógico para o digital - aqui se insere um amplo leque de TVs públicas, estatais e privadas -; as TVs pagas e toda uma gama de experiências que usam a internet como meio (CANNITO, 2009).

Há três nichos principais de televisão que usam a internet como meio. A WEBTV; o

IPTV (Internet Protocol TV); o terceiro modelo diz respeito à TV na internet, que é basicamente a distribuição de conteúdos das redes de televisão *stricto sensu* no ambiente da internet em páginas próprias das redes de televisão, podendo tanto ser aberto ao público em geral, quanto exigir uma assinatura especial aos usuários que optam por acessar o conteúdo pela internet.

Com relação às plataformas de distribuição de sinal digital destacam-se: o satélite, o cabo, a via terrestre e o IPTV. Neste âmbito, segundo o Cannito (p. 66 – 67, 2009, apud BECKER e MONTEZ, 2004), um sistema genérico de televisão digital pode ser decomposto em três partes principais: a) Um difusor ou provedor, que responde por prover o conteúdo a ser transmitido; b) Um receptor digital ou *set top box*, que recebe o conteúdo transmitido e oferece a possibilidade do receptor reagir ou interagir com o difusor, por meio de um canal de retorno (*return path*) da casa para uma central; c) Meio de difusão, que pode ser via cabo, satélite ou radiodifusão e responde por tornar possível a comunicação entre difusor e receptor. A diferença entre as quatro tecnologias reside no meio de difusão. No Brasil, a transmissão digital via satélite e via cabo é amplamente utilizada pela TV paga, no primeiro caso a NET e no segundo, Sky e DirecTV. A distribuição por IPTV é controlada pelas operadoras de telefonia e ainda não foi regulamentada no âmbito brasileiro (CANNITO, 2009).

A TV digital terrestre, ou televisão digital aberta, é a transmissão de imagem e som mediante sinal digital. As vantagens da televisão digital terrestre são similares a outros meios de transmissão digital em relação às plataformas analógicas tais como a televisão por cabo e televisão por satélite: possibilidade de comprimir o sinal, uso mais eficiente do espectro radioelétrico ao transmitir mediante multiplexação mais do que um sinal televisivo, capacidade de transmissão de áudio e vídeo de melhor qualidade e interatividade. No dia 29 de junho de 2006, o presidente Lula assinou o decreto que estabelece as diretrizes para a digitalização da TV brasileira de transmissão terrestre. O documento definiu o padrão japonês ISDB-T como base do SBTVD e determinou que se incorporassem inovações tecnológicas locais<sup>31</sup>. Ele privilegia a alta definição, a mobilidade e a portabilidade (CANNITO, 2009, p. 91)<sup>32</sup>.

---

31 A inovação local é o Ginga, Middleware Aberto do Sistema Nipo-Brasileiro de TV Digital (ISDB-TB). O Ginga é fruto do desenvolvimento de projetos de pesquisa coordenados pelos laboratórios Telemídia da PUC-Rio e LAViD da UFPB. (Site Oficial do Middleware Ginga. Disponível em <<http://www.ginga.org.br/pt-br>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

32 Segundo calendário estabelecido pelo Governo Brasileiro, o sinal analógico deixará de ser transmitido em 2018, quando todas as cidades do país estiverem recebendo o sinal de TV digital aberta (DTV - SITE OFICIAL DA TV DIGITAL BRASILEIRA. Disponível em: <<http://www.dtv.org.br/index.php/desligamento-analogico?iew=faq&catid=1>>).

Machado (1987) propõe uma diferenciação da televisão *lato sensu* e *stricto sensu*. A televisão *stricto sensu* estaria baseada no modelo *broadcasting*, emissão por um polo transmissor para “dezenas de milhões de aparelhos receptores” (MACHADO, 1987, p. 17). *Lato sensu* são as práticas alternativas de TV, entre elas TVs comunitárias, piratas, livres etc. (MACHADO, 1987, p. 08 – 11). Atualmente, o modo *lato sensu* abarca também as experiências de WEBTV. Machado não elabora essa distinção para discutir os modelos de produção na TV, mas sim a imagem eletrônica, o vídeo e as características estéticas e culturais de seus usos e apropriações. Vamos pensar o *lato sensu* e *stricto sensu* da perspectiva do modelo de organização da produção na televisão. Ainda que a emergência da televisão digital tenha tornado essa realidade mais complexa, principalmente se levarmos em conta a potencial convergência midiática, vamos partir da diferenciação proposta pelo autor pois nos parece que neste âmbito ela se mantém atual.

Stuart Hall (2003), no artigo em que descreve o modelo de “codificação/decodificação” da mensagem no âmbito da televisão, aponta os seguintes 'momentos' do processo comunicativo neste meio: produção, circulação, distribuição/consumo e reprodução.

As estruturas institucionais de radiodifusão, com suas práticas e redes de produção, suas relações organizadas e infra-estrutura técnicas, são necessárias para produzir um programa. [...]. A produção, neste caso, constrói a mensagem. Em um sentido, então, o circuito começa aqui. É claro que o processo de produção não é isento de seu aspecto “discursivo”: ele também se constitui dentro de um referencial de sentidos e ideias: conhecimento útil sobre rotinas de produção, habilidades técnicas historicamente definidas, ideologias profissionais, conhecimento institucional, definições e pressupostos, suposições sobre a audiência e assim por diante delimitam a constituição do programa através de tal estrutura de produção. Além disso, embora as estruturas de produção da televisão originem os discursos televisivos, elas não constituem um sistema fechado. Elas tiram assuntos, tratamentos, agendas, eventos, equipes, imagens da audiência, “definições da situação” de outras fontes e outras formações discursivas dentro da estrutura sociocultural e política mais ampla da qual são uma parte diferenciada. [...] Assim – usando os termos de Marx – circulação e recepção são, de fato, “momentos” do processo de produção na televisão e são reincorporados via um certo número de *feedbacks* indiretos e estruturados no próprio processo de produção. O consumo ou a recepção da mensagem da televisão é, assim, também ela mesma um “momento” do processo de produção no seu sentido mais amplo, embora este último seja “predominante” porque é “o ponto de partida para a concretização” da mensagem. Produção e recepção da mensagem televisiva não são, portanto, idênticas, mas estão relacionadas: são momentos diferenciados dentro da totalidade formada pelas relações sociais do processo comunicativo como um todo (HALL, 2003, p. 389).



Fica claro que os momentos estão inseridos em uma estrutura onde se relacionam, mas nunca se confundem, e mais importante, seguem uma lógica sequencial, quer dizer, o momento consumo não antecede o momento produção. O papel do produtor e do consumidor, como veremos à frente, é alterada entre a década de 1970 – quando o texto de Hall foi escrito – e os dias atuais, no entanto, a produção na televisão *stricto sensu* mantém a lógica descrita pelo autor. A televisão digital aberta (televisão digital terrestre) e a TV Paga (cuja transmissão digital se dá via satélite e cabo), ou seja, aquelas cujo modelo é o *broadcasting*, seguem essa lógica. Apesar de, potencialmente, oferecerem ferramentas interativas, estas se inserem nos “feedbacks indiretos e estruturados no próprio processo de produção”. Nesse sentido, o consumo (a recepção) também é ampliado, mas não a ponto de se confundir com a televisão *lato sensu*.

O modelo IPTV segue outra lógica, intermediária entre o *lato sensu* e o *stricto sensu*, pois enquanto o modelo de produção e controle sobre o conteúdo dialoga, potencialmente, com o modo *stricto*, dialoga também com o modo *lato*, especificamente no que tange ao consumo, muito em função do meio onde está inserido. Até onde pesquisamos, ainda não foi implementado um modelo de IPTV no âmbito do campo público de televisão que siga a linha proposta pelo Fórum de TVs Públicas (I FÓRUM NACIONAL DE TVs PÚBLICAS. Caderno de Debates. Brasília, 2007). O que existe são páginas na internet, ligadas às TVs, tanto públicas e estatais, quanto privadas, que disponibilizam alguns conteúdos derivados de obras originais da televisão, seja a partir da extensão do formato original de um programa realizado pelos próprios produtores e disponibilizado em uma página na internet relacionada ao programa; um 'vlog' de um personagem específico (espécie de diário em vídeo); ou uma web série, espécie de “narrativa audiovisual de curta duração, em que personagens secundários protagonizam uma trama que tangencia a que vai ao ar na televisão” (SVARTMAN, 2016, p. 09). Svartman (2016) faz uma leitura da convergência dos conteúdos no âmbito brasileiro. Segundo a autora, uma experiência importante de colaboração entendida como produção colaborativa no âmbito da televisão é a criação pelo público de novas narrativas nas redes sociais a partir de um programa original, “[...] o afeto por um programa, uma causa pode motivar fãs a utilizar as ferramentas da web que possibilitam trocar, criar e até produzir de maneira colaborativa” (SVARTMAN, 2016, p. 13). Neste trabalho não exploraremos essa noção de colaborativo pois não se insere nas ferramentas propostas pelo Ponto Brasil e o

programa tampouco mobilizou um público que gerasse este tipo de conteúdo, no entanto, mantemos um diálogo a propósito de tentar explorar, assim como diferenciar, o entendimento de colaborativo nos diversos meios. A seguir, Löwgren e Reimer (2013) situam esse tipo de relação no âmbito do que chamam de *collaborative media*, aqui traduziremos como “meios colaborativos”, usaremos sempre esta expressão no texto para fazer referência ao *collaborative media*.

A TV *lato sensu* se distancia do modelo apresentado por Hall (2003). Ela parte de outra lógica onde a diferenciação entre produção e consumo é menos clara. O modelo da televisão *lato sensu* é essencialmente não-sequencial, pois “uma vez que o processo comunicativo foi iniciado, design, produção e consumo acontecem simultaneamente”<sup>33</sup> (LÖWGREN e REIMER, 2013, p. 21, tradução nossa). Os autores bolaram um modelo para descrever seu entendimento dos meios colaborativos que expande a noção dos 'momentos' proposta por Hall (2003). Eles acrescentam *design* como terceiro 'momento' do processo produtivo (design, produção e consumo) e assumem que os três momentos se inter-relacionam. Como exemplo, citam o site de compartilhamento de vídeo *YouTube*,

*YouTube* está baseado na ideia das pessoas compartilharem videoclips. Alguns são trechos de filmes ou programas de televisão, por exemplo, mas um número substancial consiste em materiais produzidos especialmente para o *YouTube* pelos usuários. Toda essa criação de vídeo clips é produção. Mais ainda, as funções e o aspecto do site (a infraestrutura) é continuamente refinada e muitos usuários do *Youtube* participam do trabalho de *design-in-production*, com apoio da empresa. Outro exemplo de *design-in-production* é quando um usuário do site configura sua página a seu gosto. Finalmente, um exemplo de *consumption-in-production* no *Youtube* é quando um usuário assiste algumas paródias de *Downfall*<sup>34</sup> como preparação para criar a sua própria (LÖWGREN e REIMER, 2013. p. 23, tradução nossa)<sup>35</sup>.

Segundo os autores, cada momento contém de alguma forma os outros dois. Por exemplo, no momento produção encontra-se produção, mas também, *design-in-production* e

---

33 “once the process is initiated, the moments of design, production and consumption take place simultaneously” (LÖWGREN e REIMER, 2013, p. 21)

34 Estão se referindo às paródias do filme *Downfall* (A Queda: As Últimas Horas de Hitler, 2004).

35 *YouTube* is based on the idea of people sharing vídeo clips. Some of these are taken from movies or TV shows, for example, but a substantial number consists on material specially produced for YouTube by its users. All of this making of vídeo clips is production. Moreover, the functions and features of the website (the infrastructure) are continuously refined and many YouTube users take part in the design-in-production work, actively endorsed by the company. An even more clear-cut example of design-in-production is when YouTube user styles her channel page to her liking. Finally, a YouTube example of consumption-in-production is when a user watches a batch of existing *Downfall* parodies in preparation for creating a new one (LÖWGREN e REIMER, 2013. p. 23).

*consumption-in-production*, como descrito no exemplo do *YouTube*. Nos meios *lato*, faz mais sentido falar em 'usuários' do que em produtores e/ou consumidores, já que todos os momentos fazem parte do processo criativo e são inseparáveis.

Essa diferenciação nos serve para delimitar o objeto de estudo: a televisão *stricto sensu*, mais especificamente a TV Pública, e neste contexto a produção colaborativa. Não cabe aqui aprofundar a discussão sobre a TV *lato sensu*, no entanto retomaremos mais para frente o modelo de Löwgren e Reimer (2013) para falar sobre o entendimento de meios colaborativos.

Voltando à TV *stricto sensu*, o modelo de Hall está inserido no âmbito das teorias da recepção dos meios de comunicação. Usamos este artigo definidor do modelo da “codificação/decodificação” menos para discutir questões relativas à recepção e mais pela sua sistematização dos momentos do processo comunicativo na televisão, mas é relevante perceber que já fica clara a percepção de que os meios não são definidos apenas pela questão tecnológica e que há que levar em conta o uso social, assim como hábitos de consumo.

Tradicionalmente, segundo Cannito (2009), o modelo de recepção na televisão caracteriza-se pelas particularidades deste meio. Mídia caseira, na TV a atenção dos telespectadores é naturalmente menos concentrada que a do espectador cinematográfico e do usuário de internet. O modo como o espectador receberá o conteúdo da televisão exige uma concepção diferente da do cinema<sup>36</sup> e, portanto, específica. É a mesma linguagem, mas ela se articula em formato diferente (CANNITO, 2009, p. 15 – 17).

Nesse sentido há uma defesa de que “determinado formato de programa traz implícita em sua forma uma maneira “ideal” de o público se relacionar com ele, e concebe na sua fatura o que podemos chamar de “espectador ideal”. Não que todos assistam a uma obra da maneira imaginada pelos criadores, mas a forma como se articulam os procedimentos de linguagem disponíveis prevê um dado comportamento do espectador e objetiva causar determinados efeitos nele. Por isso é possível traçar relações entre um formato e o modelo de exibição “ideal” para ele (CANNITO, 2009, p. 134).

Cannito também considera que apesar de haver um modelo de exibição ideal, é possível criar novas relações do espectador com a obra em função da multiplicidade de meios.

---

36 Devido ao modo de recepção tradicional do cinema, ou seja, sala escura onde as pessoas assistem ao filme coletivamente, é que os filmes “desenvolveram determinados formatos, um modo de articular imagens e sons, uma duração, entre outras características mais ou menos comuns à maioria dos filmes” (CANNITO, 2009, p. 12).

Por exemplo, se assistir a um filme realizado para o cinema na televisão perde em alguns aspectos, “ganha na possibilidade de o público interagir com a obra, pois o espectador pode interromper a exibição, pular trechos que ele julgar enfadonhos ou reexibir os que ele julgar mais interessantes” (CANNITO, 2009, p. 135). A própria configuração das telas de exibição da programação televisiva demanda uma abordagem ampliada do modelo ideal de exibição, pois é possível assistir TV tanto nas telas cada vez maiores e de alta resolução dos aparelhos televisivos, quanto nas pequenas telas do celular e outros dispositivos móveis. Com a multiplicação das telas de transmissão televisiva emerge, segundo Jost (2007), a questão de ter que saber o que convém à todas ao mesmo tempo, essa situação reverbera no pensamento sobre os programas e a programação já que “o que é espetacular para o primeiro (um jogo, uma cerimônia ou um filme), é reduzido para o outro, e, inversamente, imagens amadoras que passam bem na tela portátil, não são tão agradáveis de ver na tela grande” (JOST, 2007, p. 56).

A “forma” da televisão foi abordada por Williams (2004) como uma complexa interação entre a tecnologia e as formas vindas de outras atividades culturais e sociais. Com relação à tecnologia da televisão *stricto sensu*, o autor nos recorda que, assim como o rádio, o grande investimento inicial foi direcionado aos meios de distribuição, tanto transmissores e redes de distribuição, quanto receptores acessíveis à população. A produção chegou secundariamente para fazer as transmissões tecnicamente possíveis e atrativas. Na indústria do cinema foi o oposto, os investimentos em produção precederam a distribuição, pensada de forma a controlar e organizar o mercado para as produções (WILLIAMS, 2004, p. 19). A distribuição das estruturas de transmissão é, ainda hoje, motivo de grandes batalhas e, no Brasil, difícil regulamentação. A extensão é de fato a grande inovação da televisão, mas há sem dúvida uma inovação qualitativa no âmbito da forma.

Se inicialmente as transmissões centravam-se em “eventos do Estado, transmissões esportivas, teatro etc.”, (WILLIAMS, 2004, p. 19, tradução nossa<sup>37</sup>), rapidamente criou-se uma forma própria. O autor destaca: *Drama-documentary*; televisão educativa; debates; variedades; séries e a própria televisão, isto é “[...] a experiência de mobilidade visual, contraste de ângulo, variação de foco, que é frequentemente muito bonito” (WILLIAMS, 2004, p. 75, tradução nossa<sup>38</sup>). Williams é inglês e este livro foi escrito nos Estados Unidos.

37 “state occasions, public sporting events, theatres and so on” (WILLIAMS, 2004, p. 19).

38 *Drama-documentary*; educational television; discussion; features; Sequences; and Television itself, [isto é] “[...] experience of visual mobility, of contrast of angle, of variation of focus, which is often very beautiful”

No Brasil, a televisão nasce tendo como referência o rádio e, como nos lembra Leal Filho, nasce comercial, diferente dos países que Williams tem como referência, onde a TV pública antecede a comercial. No Brasil, a televisão pública surge como complementar ao privado e não o contrário (LEAL FILHO, 2007, p. 21).

A marca definidora da televisão enquanto “forma cultural” é, segundo Williams, a criação da programação enquanto sequência ou fluxo.

A diferença no *broadcasting* não é apenas que estes eventos estão disponíveis dentro da casa pela operação de um *switch*. A diferença é que a real programação que é oferecida é a sequência ou conjunto de sequências alternativas a estes e outros eventos similares, que estão desta forma disponíveis em uma única dimensão e em uma única operação (WILLIAMS, 2004, p. 87, tradução nossa)<sup>39</sup>

Williams sobrepõe à noção estática de programa a ideia dinâmica de fluxo. Segundo o autor, na televisão a programação é caracterizada pelo “fluxo de primeiro plano, no qual a verdadeira série não é a sequência de programas anunciada, mas essa sequência transformada pela inclusão de outro tipo de sequência que juntas compõem o fluxo real, o real *broadcasting*” (WILLIAMS, 2004, p. 91, tradução nossa).<sup>40</sup>

A partir da década de 1990, o modo de recepção é profundamente afetado. Se na década de 1990 o advento do videocassete, com a possibilidade de gravação de programas para reprodução posterior pelo próprio aparelho de televisão, e do controle remoto, pelo efeito *zapping* que possibilita o “embaralhamento de todos os canais com o controle remoto” (MACHADO e VELEZ, 2007, p. 05), alteram a forma de assistir TV, a partir dos anos 2000, com a emergência das tecnologias digitais e a convergência midiática, a recepção não apenas é aprofundada, mas complexificada.

Em artigo de 2007, Machado e Velez, dialogando com Williams (2004), afirmam que a singularidade do programa de televisão continua sendo questionada tendo em vista que a televisão

costuma borrar os limites entre os programas, ou inserir um programa

---

(WILLIAMS, 2004, p. 75).

39 “The difference in broadcasting is not only that these events, or events resembling them, are available inside the home, by the operation of a switch. It is that the real programme that is offered is a sequence or set of alternative sequences of these and other similar events, which are then available in a single dimension and in a single operation” (WILLIAMS, 2004, p. 87).

40 “planipene flow, in which the true series is not the published sequence of programme items but this sequence transformed by the inclusion of another kind of sequence, so that these sequences together compose the real flow, the real ‘broadcasting’.” (WILLIAMS, 2004, p. 91)

dentro do outro, a ponto de tornar difícil a distinção entre um programa “continente” e um programa “conteúdo”. Além disso, os programas de televisão carregam a contradição de terem uma duração, de um lado, cada vez mais reduzida (*spots* publicitários, videoclipes, logos de identidade da rede televisiva) e, de outro, cada vez mais dilatada (seriados, telenovelas). (MACHADO e VELEZ, 2007, p. 05)

Porém, segundo os autores, “investigações empíricas têm demonstrado que tanto a produção quanto a recepção televisiva continuam se baseando fortemente em núcleos de significação coerentes, como os formatos, os gêneros e os programas.” (MACHADO e VELEZ, 2007, p. 05). No âmbito das questões metodológicas relacionadas com a análise dos programas de televisão, os autores defendem que a noção de programa leva sobre a ideia de fluxo “a vantagem de permitir uma abordagem seletiva e qualitativa”, pois, “o conceito de fluxo empastela toda a produção televisiva num caldo homogêneo e amorfo, enquanto o de programa permite nitidamente distinguir diferenças ou perceber qualidades que despontam sobre o fundo da mesmice” (MACHADO e VELEZ, 2007, p. 05). De qualquer forma, independente do modo de abordar o meio com intuito de análise, seja o programa enquanto peça individual ou sequência dinâmica, a forma de agregar e organizar o conteúdo dentro de algum formato é característica importante deste meio, “o público espera que alguém tenha organizado o fluxo que ele espera acompanhar” (CANNITO, 2009, p. 215). Em outras palavras, na TV *stricto sensu* a gestão de conteúdos, ou seja, a escolha das pautas que vão compor a grade de programação, assim como a ordem, tem a característica de ser centralizada.

Segundo Jost (2007),

uma das funções estratégicas da emissora é estabelecer uma grade de programação que leve em conta, ao mesmo tempo, os gêneros mais apropriados ao público visado em uma dada hora e a oferta dos outros canais. A essas duas estratégias se acresce uma outra proveniente dos anunciantes: a de construir um público estável, com mais ou menos as mesmas características de uma semana para outra, um alvo (JOST, 2007, p. 76).

Segundo este autor, o sucesso ou fracasso de um programa depende do horário em que é exibido tendo em vista o público pretendido. A questão dos anunciantes é, sem dúvida, central na discussão sobre televisão no Brasil. O financiamento majoritário dos meios de comunicação privados no Brasil advém de recursos públicos destinados através das verbas oficiais de publicidade (ORMAY e RODRIGUES, 2014). Uma das questões centrais nas discussões para implementação da TV Brasil diz respeito à TV participar ou não na divisão

das verbas oficiais de publicidade. Como vimos no capítulo anterior, a lei de implementação da EBC contempla verba oriunda “de publicidade institucional de entidades de direito público e de direito privado, vedada a veiculação de anúncios de produtos ou serviços”, no entanto, o terreno de discussão sobre redivisão das verbas oficiais de publicidade entre as TVs públicas, mas principalmente as privadas, e a nova TV, é espinhoso em função poder que as TVs abertas comerciais têm no Brasil. Na prática, a redistribuição das verbas oficiais de publicidade não foi encampada pelo governo de forma a ser efetivada.

Tendo passado por algumas características relativas à forma cultural da televisão, em seguida entraremos nas discussões sobre o colaborativo no âmbito da televisão *stricto sensu*. Essa etapa consiste numa expansão da discussão sobre o momento produção. Tendo em vista que nossa pesquisa parte do interesse pelo entendimento de colaborativo no âmbito da televisão pública, iniciaremos a discussão seguindo a pista que nos leva a visualizar o uso do conceito nesta esfera.

Norbäck (2011) investiga a produção colaborativa na TV pública sueca SVT (Sveriges Television) da perspectiva do modelo organizacional da televisão. A autora está interessada nas micro-práticas “que formam as estruturas sociais que chamamos de instituições”, pois, segundo a autora “o que é particular, contínuo, contextual e conflituoso é vital de ser estudado se queremos entender as (macro) instituições” (Norbäck, 2011, p. 19, tradução nossa)<sup>41</sup>. Ela analisa os atores institucionais (produtoras independentes, a SVT e fontes de financiamento) envolvidos na produção de cinco programas da TV pública sueca. Nessa perspectiva, “colaborativo” diz respeito às produções que envolvem a colaboração entre a SVT e produtoras independentes, tanto em programas que a rede de televisão sueca comprou já finalizado, quanto programas realizados em coprodução. Segundo a autora, a colaboração com produtoras independentes envolve uma negociação permanente sobre o que a televisão pública deve ser, assim como quem tem o direito de produzir.

Outra perspectiva de colaborativo, apontada por Cannito (2009), diz respeito ao modelo de criação na televisão. Segundo o autor, a produção colaborativa na televisão se dá em dois níveis: a colaboração voluntária e a criação coletiva. O autor está se referindo a uma proposição de colaborativo que parte da TV, quer dizer, produções que levam em consideração questões próprias do meio: sua linguagem, tecnologia, condições de recepção

---

41 “[...] that make up those social structures we call institutions, and how the particular, ongoing, contextual and conflictual are vital to study if one wants to understand (macro) institutions” (Norbäck, 2011, p. 19).

etc. Importante fazer essa distinção pois, como veremos à frente, há uma gama razoável de produções realizadas colaborativamente e que eventualmente podem ser exibidas na televisão, ele não está se referindo a estes casos.

Colaboração voluntária são experiências nas quais qualquer pessoa pode enviar pequenos vídeos sobre determinado assunto: “uma central reúne o material enviado, organiza-o conforme seus padrões e exibe-o de acordo com seus próprios critérios e interesses” (CANNITO, 2009, p. 218). Um exemplo é o quadro *Outro Olhar do Repórter Brasil* (TV Brasil), experiência que abarca a produção dos espectadores e as insere dentro de moldes previamente estabelecidos. Neste tipo de colaboração voluntária, o indivíduo se torna colaborador de determinado programa tradicional ao inserir seu ponto de vista como um recorte, um “outro olhar”, sobre determinada temática. A colaboração voluntária tem o papel importante de dialogar com a pauta do programa onde se insere, mas com outras perspectivas sobre os temas.

Um exemplo citado por Cannito, que fica entre a colaboração voluntária e a criação coletiva, é o *Deep Dish TV* (1986...). Neste caso havia uma central que escolhia a temática e recebia as colaborações (CANNITO, 2009, p. 220). O grupo responsável editava esse material e reenviava via satélite aos canais comunitários de acesso público nos Estados Unidos<sup>42</sup>. Friedland (1995) descreve uma perspectiva de colaborativo que dialoga com Cannito. O autor analisa o WCP (Wisconsin Collaborative Project), composto por nove programas produzidos de forma colaborativa e exibidos na PBS (Public Broadcasting Service) norte-americana em meados da década de 1990. O projeto foi uma coprodução entre Wisconsin Public Television e a PBS, que entrou com o financiamento e exibição dos programas. O projeto apostou na parceria com TVs públicas locais ao redor dos Estados Unidos na produção dos programas. As TVs locais produziam conteúdos a partir de determinada temática, o material era reunido e a montagem centralizada para a realização de um documentário temático. As TVs receberam, como contrapartida, o direito de transmissão de todos os programas em sua grade. Em seu artigo, Friedland (1995) não define o conceito de colaborativo, mas pela descrição dos programas inferimos que são “colaborativos” uma vez que cada TV local colabora com uma abordagem sobre determinada temática que, junto com outras narrativas sobre o mesmo tema produzidas em outras regiões pelas outras TVs parceiras, compõem cada programa. Ou seja,

---

42 Nos Estados Unidos as redes de televisão são obrigadas a oferecer canais básicos de utilização gratuita por parte de organizações da sociedade civil. O acordo que remete à implementação da televisão digital no país.



os programas são compostos por pequenas narrativas realizadas ao redor do país, unificadas por uma central, nesse sentido é colaborativo.

Segundo Friedland (1995), o modo de produção dos programas representa uma expansão da horizontalidade, diversidade e descentralização da produção no âmbito da PBS.

Essa combinação de descentralização organizacional e diversificação tanto do conteúdo do programa quanto dos colaboradores abre o sistema público de televisão à maior participação e fazendo isso cumpre importantes precondições para a expansão da televisão pública em direção à uma autêntica esfera pública (FRIEDLAND, 1995, p. 148, tradução nossa)<sup>43</sup>.

Tanto no *Deep Dish TV* quanto no WCP a colaboração é voltada para a construção de um programa unitário, no entanto, havia uma central recebendo as colaborações e organizando conforme seus padrões. A respeito desse formato de colaboração, Cannito comenta:

O que deve ficar claro é que o colaborativo não dispensa um editor, um padrão e um propósito para o material enviado. O poder de decisão continua centrado numa única figura ou equipe, que estabelece o que deve ser feito e como deve ser feito, ou decide sobre o que se encaixa nos padrões pré-estabelecidos. Não há discussão, não há consenso. Mesmo sendo colaborativo, o discurso continua tendo uma central de organização. Colaborativa é a imagem, não a obra que ela compõe (CANNITO, 2009, p. 218).

Na criação coletiva, por sua vez, o processo criativo é realizado de forma colaborativa. A produção demanda discussão ampla e “não se encerra enquanto não se chegar ao entendimento e ao consenso. Nesse caso, portanto, a democratização vai além da estética final do produto, do acesso aos equipamentos ideais; e explora também o poder criativo dos participantes durante o processo” (CANNITO, 2009, p. 219). O desafio da produção colaborativa para TV, segundo o autor, é transpor o conteúdo segmentado realizado de forma individual para a construção de um programa unitário, de interesse genérico, realizado de forma coletiva.

A partir dessas referências percebemos as seguintes noções/papeis da produção colaborativa na televisão *stricto sensu*: 1) Colaborativo enquanto modelo de criação; 2) Colaborativo enquanto modelo gerencial; 3) Colaborativo como ferramenta para potencializar o papel do público como produtor (o público torna-se produtor de conteúdo).

---

43 This combination of organizational decentralization and diversification of both program content and contributors opens the public television system to greater participation, and in doing so fulfills several important preconditions for an expansion of public television into a more authentic public sphere institution (FRIEDLAND, 1995, p. 148)

O colaborativo enquanto modelo de criação no cinema, e no audiovisual de maneira mais ampla, existe pelo menos desde o início do século XX. Na década de 1920, o cineasta Dziga Vertov formou um grupo de colaboradores para realizar a série de cine jornais *Kino-pravda*. “Esses colaboradores, denominados “Kinoks”, filmavam por todo país partindo de temas e desafios propostos por Vertov, que unificava esse trabalho na ilha [de montagem]” (CANNITO, 2009, p. 211). No âmbito do documentário, Renov cita o trabalho em vídeo do TopValue Television, Ant Farm e Video Free America, que na década de 1970 “optam por uma identidade criativa mais coletiva do que individual” (RENOV, 2005, p. 250). Esses últimos estão ligados à experiência do vídeo militante, expressão cunhada no final da década de 60 para descrever um tipo de produção que se opunha à produção massiva da televisão:

Em 1969, Godard, numa reunião na Universidade de Vincennes, propôs aos estudantes tomar em mãos um dos instrumentos de poder – a televisão – ao oferecer-lhes um equipamento de vídeo. Isso foi o suficiente para disparar uma série de intensos debates nos anos seguintes, onde a característica mais relevada do vídeo passou a ser sua adaptação à “guerrilha da imagem”, que deveria ser feita contra a TV de massa. Surge assim a ideia de '*vídeo militante*', uma produção em vídeo alternativa à TV surgida, segundo H. M. Enzensberger, a partir de propostas de uma real democracia, sem qualquer tipo de discriminação, contra a alienação ou a autoridade institucionalizada, presente nos movimentos de contestação europeus e norte-americanos do final da década de 60 (SANTORO, 1989, p. 22).

No Brasil há diversas experiências que apostam em um método de produção colaborativo. Um dos mais antigos - e que se destaca pela extensão do trabalho -, é o movimento de vídeo popular que data da década de 1980 e nasce vinculado aos movimentos sociais. O vídeo popular tem “como objetivos bem concretos trabalhar com a informação e a cultura de determinados grupos e de contestação às formas de poder existentes na sociedade” (SANTORO, 1989, p. 29). Cannito destaca do modelo de produção do movimento de vídeo popular um aspecto central:

O fato de se tratar de um trabalho coletivo. O vídeo popular nunca foi uma produção autoral. Muito pelo contrário: os realizadores encaravam a produção como uma missão política, e existia uma grande disposição em fundir ideias. Estas eram trabalhadas desde a produção até a edição, em reuniões em que todos participavam (CANNITO, 2009, 212).

O vídeo popular tem uma característica importante de se destacar pois o diferencia do

modelo que vamos analisar focado no Ponto Brasil, diz respeito à apropriação das tecnologias de produção audiovisual, primeiro VHS e depois o digital, por movimentos populares como componente de luta. “O vídeo chega aos movimentos populares como mais um componente de luta e, por suas características técnicas, adapta-se bem a projetos de comunicação popular que têm os diferentes grupos sociais como público-alvo, [...]” (SANTORO, 1989, p. 29). O vídeo popular é atomizado, há diversos grupos, associações e indivíduos que dialogam com estas questões e metodologias, sem estarem, necessariamente, diretamente conectados entre si.

O livro “*El cine comunitario en América Latina y el Caribe*” (2011), organizado por Alfonso Gumucio Dagron no âmbito da Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, tem artigos de diversos pesquisadores da América Latina e Caribe, entre eles Janaina Rocha e Vincent Carelli, sobre o contexto brasileiro. A obra faz um importante levantamento sobre a produção comunitária nesta região, descrevendo experiências e apontando características próprias do que chamam de “Cine Comunitário”. No âmbito brasileiro, citam projetos que variam bastante no objetivo e no método tais como Vídeo nas Aldeias, a produção audiovisual da CUFA (Central Única de Favelas) e o Coletivo de Vídeo Popular de São Paulo, entre outros.

Segundo Rocha e Saraiva, o Ponto Brasil difere da perspectiva do vídeo popular e mesmo do audiovisual comunitário<sup>44</sup> em alguns aspectos (ROCHA e SARAIVA, em entrevista, 2015), mas especialmente no que tange às dinâmicas pedagógicas. Esta é mais uma reflexão que perpassa o projeto Ponto Brasil, e aparece com certa constância nas entrevistas, do que um recorte estrito. Isso fica claro, por exemplo, se pensarmos que o Vídeo nas Aldeias se insere no âmbito do cinema comunitário e sabendo que o Ponto Brasil dialoga diretamente com seu método, o VnA participa do Ponto Brasil, inclusive, com a realização de um episódio. Retomando a reflexão de Carelli e Rocha (2011), o projeto Ponto Brasil entende que a democratização conceitual e estética é tão importante quanto a apropriação dos equipamentos de realização (CARELLI e ROCHA, 2011, p. 150) e busca aprofundar a discussão e experiência sobre metodologias que favoreçam o amadurecimento conceitual e estéticos dessas produções.

No âmbito do cinema brasileiro contemporâneo, Migliorin chama atenção para o modo de organização da produção no “cinema pós-industrial”<sup>45</sup>. O autor defende que a “estética das

---

44 Há diversos estudos e pesquisas sobre cinema comunitário, entre eles Dragón (2011), Alvarenga (2004) e Leonel e Mendonça (2010).

45 A era pós-industrial, segundo o autor, é o que acontece na atual fase do capitalismo. No capitalismo pós-

equipes” no cinema pós-industrial é marcada pela fluidez das funções, ou seja, pela pouca ou nenhuma separação entre os que pensam e os que executam, “seja pelo embaralhamento das equipes, seja na relação mesmo que estabelecem com atores e personagens [...]” (MIGLIORIN, 2011). O foco dele é o cinema, ou seja, são coletivos que trabalham na produção de filmes que circularão em festivais etc. Parece-nos importante destacar esta perspectiva pois é uma leitura que fala sobre o sufocamento de determinado modelo de produção, ainda baseado naquele industrial-fordista, e caminha para a percepção e experimentação de um modelo de produção que leva à uma identidade criativa mais coletiva do que individual, mas menos se opondo ao modelo industrial e mais como proposição de um novo cinema industrial, o “pós-industrial”. Nesse sentido, é relevante a esta dissertação pois aponta um contexto de produção mais amplo, pondo em perspectiva a sociedade e o modelo de produção, assim dialogando também com as proposições de colaborativo, a exemplo do programa Ponto Brasil.

Ora, a noção de colaborativo descrita por Norbäck (2011) dialoga com reflexões acerca da produção independente na TV pública. Pelo menos desde a década de 1980 a produção independente está presente na televisão pública de vários países. O *Channel Four* britânico foi criado em 1982 com a função de veicular exclusivamente conteúdo da produção independente. Ele não operava como produtor, mas comprava ou encomendava seus conteúdos a produtoras independentes, que podiam ser nacionais ou não. (HOLANDA, 2013, p. 76). Segundo Norbäck (2011), no âmbito da União Europeia e dos países membros há um desejo de fortalecer o mercado da produção audiovisual independente por questões culturais e econômicas. Em 1997, a União Europeia estabeleceu uma cota de exibição para produção independente (aquela produzida por produtoras não filiadas à televisão ou a outras empresas de *broadcasting*) de no mínimo 10% do tempo de transmissão ou 10% do orçamento de programação (NORBÄCK, 2011, p. 64). Na legislação brasileira, a produção independente aparece no artigo 221 da Constituição Federal, na lei que institui a EBC e na Lei da TV paga.

A produção independente está presente na TV pública há algumas décadas, seja para aquecer o mercado audiovisual ou por questões culturais, visando, por exemplo, promover a diversidade cultural, a diversidade das fontes de informação etc. A emergência do chamado público-produtor é uma vertente indireta dessa relação que se solidifica principalmente a

---

industrial (imaterial, cognitivo) não é mais no produto/matéria que se encontra o centro do valor, mas no conhecimento, na forma de se organizar e modular uma inteligência coletiva (MIGLIORIN, 2011).

partir do final dos anos 1990 e início dos anos 2000, em grande parte em função do barateamento das ferramentas de produção, mas também pela expansão dos meios *lato sensu*, que colocam o então apenas “público-consumidor”, como “usuário”. Os meios *stricto sensu* dialogam com essa realidade, adaptando-a para sua própria lógica. Esse processo não passa incólume pelas TVs públicas. Projetos como o WCP e Deep Dish TV, assim como quadro Outro Olhar do Repórter Brasil/TV Brasil e o programa Ponto Brasil, nosso estudo de caso, são experiências que apontam esse caminho, cada um à sua maneira.

Antes de avançar para a análise do programa Ponto Brasil, nos parece importante voltar ao conceito de meios colaborativos proposto por Löwgren e Reimer (2013). Segundo eles, alguns meios possuem propriedades que fazem com que sejam mais propensos à colaboração, mas apenas nas ocasiões em que seu uso social se dá de forma colaborativa é que se tornam meios colaborativos, ou seja, a colaboração nesta perspectiva não surge naturalmente das tecnologias, mas acontece na interação entre os elementos tecnológicos, sociais e culturais. Desse modo eles, claramente, dialogam com Williams (2004):

Colaborativo é o aspecto que da maneira mais clara indica um tipo particular de comunicação que é típico deste contexto. Em vez de focar na tecnologia, o meio colaborativo foca no componente *action-oriented* do meio; foca no tipo de prática que a forma cultural do meio colaborativo torna possível (LÖWGREN e REIMER, 2013, p. 15).<sup>46</sup>

Portanto, o modelo *lato sensu* não necessariamente leva à produção colaborativa, mas em função de suas propriedades tecnológicas está mais propenso a isso se os outros elementos convergirem para tal. É interessante perceber que no que tange às “propriedades tecnológicas”, na era digital tanto os meios que estamos chamando de *stricto* quanto os *lato* estão potencialmente propensos à colaboração e, mais além, ao modo colaborativo, mas depende de os elementos econômicos, sociais e culturais convergirem para isso.

Pelo percurso apresentado, fica claro que a produção colaborativa na televisão *stricto sensu* não é um conceito dado, ou seja, em cada caso precisamos perceber as diversas nuances das práticas a serem analisadas para visualizar de que forma o modo colaborativo se constrói.

---

46 Collaborative in the one feature that in the clearest way indicates the particular kind of communication that is typical within this context. Rather than focusing on technology, collaborative media focuses in action-oriented component of media; it focuses on the kinds of practices the cultural form makes possible (LÖWGREN e REIMER, 2013, p. 15).

### 3.2 A produção colaborativa no programa Ponto Brasil.

A partir das reflexões sobre a produção colaborativa na televisão *stricto sensu* e da descrição do método do programa Ponto Brasil, nos parece que a análise de dois pontos é especialmente importante para visualizar de que forma o modo colaborativo foi construído no âmbito do programa.

1 – A produção realizada colaborativamente (enquanto modelo de criação), voltada para o público de TV e visando transmissão em rede pública de televisão via *broadcasting*.

O modelo de produção do programa se insere no que Cannito (2009) chama de “criação coletiva”. Em todas as etapas do processo, com exceção da finalização, investiu-se na discussão e no amadurecimento coletivo dos vídeos, dentro de um método que buscou dar uma organicidade ao conteúdo, reunindo-os a partir de temas geradores que se tornaram os episódios temáticos. Nesse sentido, logrou-se superar o conteúdo segmentado e construir um programa unitário, voltado para o público genérico da TV *stricto sensu*.

Os temas foram elaborados pela equipe central do programa. Saraiva conta que qualquer pessoa da rede poderia propor um novo tema, mas a equipe tinha poder de veto. Segundo ele, houve apenas uma proposta de tema novo, além dos temas geradores propostos pela equipe,

que era “Identidade”. [A gente debateu e acabou não vingando] porque vinha um negócio colado no discurso político e a gente não queria isso. Nossa argumentação contra foi: “você pode tratar do tema da identidade em todos os outros, projeta o tema político e tua noção de identidade em alguma expressão que não seja colada na prática” (SARAIVA, 2016, em entrevista).

Apesar da justificativa estar de acordo com a proposta metodológica do projeto, podemos considerar que os temas geradores foram definidos de modo centralizado já que não houve contribuição externa à equipe central. No entanto, dentro de cada tema, qualquer proposta de vídeo que se relacionasse com ele era plausível, tanto com relação à abordagem, quanto à forma. Havia liberdade total com relação a isso. Esta segunda questão é tão importante quanto a definição do temário, já que

a gestão de conteúdos [na televisão] deve ser entendida como o conjunto de opções que define quais temas irão compor uma grade de programação (o quê) e, por outro lado, de que modo eles serão tratados (como). Em outras palavras, quais serão as opções editoriais e os respectivos gêneros narrativos escolhidos [...] (ALEGRIA, 2008, p. 09)

As opções editoriais foram orientadas pela equipe central, no entanto, a definição dos gêneros ficou por conta dos grupos produtores. A descentralização no tratamento dos temas reverbera nos episódios, eles trazem abordagens pouco convencionais para a TV aberta no Brasil, ainda que pública.

Por último, nos parece fundamental destacar a questão dos direitos autorais sobre a obra colaborativa na televisão. No caso do Ponto Brasil, licenciado em *Creative Commons*, isso não gerou grandes questões já que, até onde pesquisamos, os vídeos que compõem os episódios não foram comercializados. Não havia impedimento para que eles circulassem, mas não chegamos a fazer este mapeamento, tampouco teve impacto relevante no que tange à dimensão organizativa da TV Brasil. No entanto, apesar da dimensão restrita, o programa, enquanto obra colaborativa, traz em si essa questão.

2 – As ferramentas usadas e a integração das mídias, tanto no âmbito das ferramentas de produção (o design e uso do site como parte do processo produtivo), quanto de divulgação, pois os programas ficaram disponíveis on-line após a transmissão na TV Brasil no site do programa.

O método do programa está ancorado em duas ferramentas digitais, além da internet: o site de trabalho e o *Skype*. O site teve papel fundamental no projeto pois foi o ambiente criado para a reflexão/reformulação da proposta audiovisual através do amadurecimento dos MOCs. Este processo, segundo Cannito (2009), é fundamental na produção colaborativa enquanto criação coletiva.

Apesar do uso sistemático das plataformas digitais e da internet, o programa se insere na lógica da TV *stricto sensu*. A proposta colaborativa expande o momento produção, mas a lógica sequencial do processo comunicativo (HALL, 2003 e LÖWGREN e REIMER, 2013) é mantida. O projeto não confunde o *stricto* com *lato*, mas explora o momento produção, buscando complexificá-lo. É fácil visualizar a produção colaborativa nos meios colaborativos (LÖWGREN e REIMER, 2013), já que a própria estrutura de funcionamento destes meios

cria um ambiente propício para que ela se desenvolva. No entanto, não é tão claro como este processo pode se dar em outros meios, como a TV. No Ponto Brasil, a colaboração se deu no âmbito da produção, não atingiu os outros momentos do processo comunicativo. Não nos parece que isso deva ser pensado como um demérito do projeto, mas como uma possibilidade de pensar e criar a partir deste modo de produção na televisão. Como aponta Cannito, “a criação colaborativa não é zero ou um e pode ser medida por um grau de participação do público na criação” (CANNITO, 2009, p. 225).

### 3.3 O método do programa Ponto Brasil

O sistema do programa Ponto Brasil está baseado em um tripé formado pela constituição da rede Ponto Brasil, pela criação de uma plataforma online de criação de conteúdo audiovisual e por encontros via *Skype* e presenciais. O mapeamento é um elemento significativo no projeto, já que teve uma importância dupla. Por um lado, foi através dele que se deu o envolvimento das pessoas, não foi via edital. Por outro, a constituição da rede foi também um esforço de linguagem no sentido que a composição e arquitetura da rede foram pensadas para viabilizar um tipo de encontro que gerasse tensões criativas tanto em nível micro, nos encontros com os núcleos locais para a gravação dos vídeos, quanto em nível macro na plataforma que era aberta a todos os envolvidos.

Todo o processo de chamada foi feito através do mapeamento, não houve edital público. Sobre essa opção, Janaina Rocha comenta:

Não é um edital, é outra lógica, mas se a gente olhar aquele site que está arquivado<sup>47</sup>, a quantidade de projetos de vídeos que chegam a estar até registrados no site é maior que a quantidade de vídeos que a gente fez. Então o que acontecia é que no processo de avanço, de elaboração dos vídeos, algumas ideias iam amadurecendo e outras iam ficando pelo caminho, pelo processo de discussão. O grupo dizia: “ah, isso aqui não vai pra frente”. Então a gente deixava lá e continuava com os outros, mas nunca foi por edital (ROCHA, 2015, em entrevista).

Apesar de não ser um edital formalizado, existiam regras que eram compactuadas entre os envolvidos. Havia um termo de compromisso de participação que definia quantas horas as pessoas deveriam participar, por semana, das discussões pela internet, um

---

47 Em *redelivre.net*.



cronograma de trabalho que deveria ser cumprido e regras de desligamento.

Após o mapeamento e articulação da rede, depois também do encontro com os mobilizadores em Brasília, quando foi afinado de que forma a metodologia seria implementada regionalmente, começaram os encontros presenciais nos estados, encontros de produção com os grupos locais. Eram organizados núcleos locais de produção, cada um composto por um “Nó de Rede” e quatro associados. Os encontros aconteciam em uma base local, em geral articulada pelo “Nó de Rede” e pelos mobilizadores locais. Participavam do encontro o Nó, o mobilizador local e os grupos associados, além de duas pessoas da equipe central, um roteirista e um produtor. Em geral havia um núcleo de produção por estado, mas em alguns, em função da distância geográfica entre os grupos participantes, foram criados dois núcleos.

Modelo de cronograma proposto para Niterói – RJ (2009)<sup>48</sup>:

11 de março	Pré-oficina: Definição dos temas Início elaboração dos MOCs
20 de março	Reunião Skype – MOCs - 10h e 16h
27 de março	Encontro Presencial – MOCs - 10h – Campus Avançado
02 de abril	Reunião Skype - MOCs e MOPs - 10h e 16h
09 de abril	Reunião Skype - MOPs (MOCs encerrados) - 10h e 16h
13 a 17 de abril	Pré- produção da semana de gravação Cronograma detalhado de gravação
20 a 26 de abril	Semana de gravação: 20/04 - revisão de conteúdo e técnica 21 a 26/04 - gravações
18 de maio	Envio do material pré-editado

O encontro presencial entre a pré-oficina e a semana de gravação foi realizado com o multiplicador local. No estado do Rio de Janeiro foi o cineasta e professor César Migliorin. Nem todos os estados tiveram esse encontro presencial entre o multiplicador local e os grupos. Houve em Minas Gerais, com o cineasta Gustavo Jardim; no Ceará, com o cineasta Alexandre Veras e em alguns outros estados. Sobre a pré-oficina, Carol Barboza, produtora do Ponto Brasil, conta que “nesse primeiro momento a ideia principal era explicar a dinâmica de

---

48 Fonte: redelivre.net. Acesso em 10 out. 2016

produção e começar o processo criativo e dos MOC's [...]” (BARBOZA, 2017, em entrevista). Este encontro tinha duração de um dia, ao final, segundo Barboza,

a gente traçava um plano de trabalho, colocava nosso cronograma, de quando precisaria ter essas ideias dos conceitos já bem desenvolvidas, de quando a gente pretendia voltar para gravar, enfim, de todas essas etapas. Isso acontecia durante um dia. (BARBOZA, 2017, em entrevista).

O primeiro encontro de produção com os grupos locais aconteceu depois de diversos encontros preliminares de articulação da rede Ponto Brasil, portanto, já existia um diálogo em curso: o multiplicador local também já vinha mobilizando as pessoas junto ao projeto. Percebe-se que entre a primeira oficina e a filmagem, o processo de produção de cada vídeo levava cerca de um mês e meio. Segundo Barboza, eram realizados encontros semanais com os grupos, via *Skype*,

o ideal é que fossem semanais os encontros via *Skype*, até porque nas próprias cidades era muito difícil conseguir reunir todo mundo, então era excelente a ideia do *Skype*, funcionava bem. Quando acontecia de passar uma semana e o MOC estar do mesmo jeito, ninguém avançou muito, aí a gente tinha que fazer aquela pressão. Em muitos lugares funcionava, mas em outros tínhamos que dar uma instigada [...]. Os participantes que eram iniciantes ficavam receosos do que escrever e tal e quando o roteirista pegava na mão o negócio deslanchava [...] (BARBOZA, 2017, em entrevista).

Barboza cita os momentos de amadurecimento dos MOCs quando fala sobre o contato constante com os grupos. O contato virtual não se limitou a esta etapa, mas de fato, como veremos à frente, esta fase do processo de produção teve especial importância. Os MOCs são os Modelos de Organização do Conteúdo, termo usado em substituição a “roteiro”. Segundo Saraiva,

[...] chamar de roteiro já puxaria para um tipo de formato de linguagem que não necessariamente era o do vídeo. Cada vídeo tinha seu tipo, alguns poderiam ter roteiro e outros não, mas tinha uma ideia de dispositivo ou alguma outra maneira de organizar a produção (SARAIVA, 2015, em entrevista).

Não havia a pré-determinação de um gênero específico, os vídeos poderiam ser documentário, ficção etc. A proposta era que cada grupo elaborasse um argumento/proposta a partir dos temas geradores propostos inicialmente pelo Ponto Brasil; essas propostas eram amadurecidas no formato do Modelo de Organização de Conteúdo. O MOC foi construído tendo como referência os modelos de produção do DOCTV, o objetivo era desenvolver as

ideias com referência à linguagem.

#### Modelo de MOC<sup>49</sup>

1 Tema	Escolha seu tema de preferência.
2 A proposta-argumento	Conte o que você quer filmar apresentando a relação entre seu interesse e o tema escolhido (qual é sua ideia e o que ela tem a ver com o tema?), mostre o que seu material pretende provocar no espectador, num mini-argumento de até 10 linhas. Dê um título, ainda que provisório, ao filme.
3 A ideia audiovisual	Descreva a ideia audiovisual. Não se trata de descrição do tema ou de sua importância, o que já deverá ter sido desenvolvido no campo anterior, mas da proposta formal, especificamente audiovisual, de seu projeto. Faça isso em linhas gerais, pois as especificidades terão lugar no campo 5. Ao descrever a ideia, você pode apontar filmes de seu conhecimento e/ou outras referências que tenham proposta semelhante.
4 Objetos	Relacione todos e tudo que vai ser filmado. Pessoas, personagens ficticionais, desenhos, músicas, rituais, causos, situações específicas (cotidianas ou especiais, espontâneas ou induzidas), lugares (de montanhas a cantos de uma sala ou quintal) etc. Seja sintético, tente expressar o máximo com o mínimo de elementos. Lembre-se de que os vídeos não poderão exceder os 5 minutos.
5 Especificação das ferramentas audiovisuais	Descreva, item a item, as ferramentas audiovisuais a serem empregadas para abordar cada objeto. Descreva estilos de câmera e decupagem, características fotográficas, intervenções de direção de arte, usos de locução e sonoridades, modos de uso de atores e estilos de interpretação, modos de interação com as pessoas documentadas. Você pode trabalhar com as ferramentas audiovisuais da lista disponível neste site ou com outras novas criadas ou não por você. Se quiser também poste trechos de outros filmes e relacione-os à sua proposta de criação.

Este é um esquema do que o MOC continha. Na plataforma, cada MOC tinha uma página própria, um blog interno em que cada um dos itens acima – de 1 a 5 – era um campo com espaços para comentário. Entre a pré-oficina e a semana de gravação trabalhava-se no amadurecimento da proposta de vídeo, desde a proposta-argumento até o conceito final, já contendo especificações das ferramentas. Todo processo era acompanhado pelos roteiristas da equipe do Ponto Brasil, as ferramentas do *site* ajudavam neste processo.

Os “roteiristas da equipe central do programa” são assim chamados não porque roteirizavam os episódios, mas porque essa é a prática na qual têm experiência e trazem para o processo do Ponto Brasil. A atuação de Eduardo Benain e Anna Flávia Dias no Ponto Brasil foi trabalhar com a rede no amadurecimento das ideias dos MOCs, desde a proposição do

---

49 Fonte: Central de Temas Ponto Brasil. Disponível em: <[pontobrasiltemas.wordpress.com](http://pontobrasiltemas.wordpress.com)>. Acesso em: 10 out. 2016

texto de apresentação dos temas, apresentação dos temas geradores na pré-oficina e orientação para que os grupos elaborassem a ideia que daria o pontapé inicial nos MOCs, conversas por *Skype* para discussão das ideias dos vídeos e acompanhamento do desenvolvimento dos MOCs no *site*.

No primeiro encontro com a equipe do Ponto Brasil, que no cronograma está especificado como “pré-oficina”, os grupos escolhiam o tema que gostariam de trabalhar. A proposta era que as ideias do MOC pudessem surgir de qualquer lugar do Brasil; os temas eram escolhidos por diferentes grupos, de mais de um estado, mas cada tema gerador só poderia ter cerca de 8 propostas de vídeo. Segundo Barboza,

inevitavelmente as primeiras edições [as primeiras pré-oficinas] tinham mais temas para serem escolhidos e no final tinha menos temas. Por exemplo, já tem oito projetos para o tema “cicatrizes”, parou, não dá mais, já esgotou. Então chegava no final [nas pré-oficinas regionais que tinham ficado por último], e tinham poucos temas para serem escolhidos. Nesse encontro era muito importante a presença do roteirista/orientador, porque ele ajudava as pessoas, de fato, a conseguirem desenvolver ideias a partir de um número limitado de temas [...] (BARBOZA, 2017, em entrevista).

Na plataforma de trabalho, idealmente, várias pessoas comentariam os MOCs, livremente. Na prática, segundo Saraiva, o mais comum era que os propositores dialogassem com a equipe central, sem muitos comentários de pessoas de outros grupos.

No site os envolvidos discutiam os formatos mais adequados para se trabalhar os temas abstratos que começaram a desenvolver presencialmente. Havia dois sites, o primeiro, plataforma de trabalho da rede, está arquivado em 'redelivre.net'. O segundo, 'www.pontobrasil.org.br', foi uma página criada para divulgação do programa e onde os episódios ficaram disponíveis depois da exibição na TV. Estamos nos referindo à plataforma de trabalho. O *site* de trabalho não estava aberto a qualquer pessoa, depois do processo de mapeamento e articulação da rede os indivíduos foram cadastrados na plataforma, receberam *login* e senha de cadastro e apenas assim poderiam acessá-la.

A plataforma tinha algumas seções que funcionavam como blogs internos, entre elas as seções: temas, MOCs, MOPs e ferramentas. A seção 'tema' era uma espécie de *blog*,

Tinha uma galeria de temas, que seriam os programas depois, [...]. Uma página para cada tema e do lado tinham as propostas de vídeo para aquele tema. Era um formato de *blog*, dentro daquele espaço do

tema gerador cabia qualquer coisa, as pessoas poderiam propor novos temas e dentro de cada tema qualquer um poderia postar qualquer coisa: foto, depoimento pessoal, ensaio, qualquer coisa cabia ali. O texto de apresentação de cada um desses temas era propositalmente contraditório internamente, então uma frase não poderia combinar com a outra. Não era uma exposição do que a gente acha daquele tema [...], eram possibilidades semânticas dessa expressão “cicatriz”, por exemplo [...] (SARAIVA, 2016, em entrevista).

Os temas propostos foram: a espera, animais, brincadeira, cicatriz, culpa, deus e o diabo, epifanias, estar à toa, fronteira, imagem e reflexo, laços & nós, o invisível, presentear, terra e transitório. Os textos de apresentação dos temas foram elaborados por Saraiva e pelos roteiristas, Anna Flávia Dias e Eduardo Benain. O tema “o invisível”, por exemplo, tinha o seguinte texto de apresentação:

O invisível existe? Que forças nos rondam? O desconhecido. O inexplicável. Deuses, espíritos, anjos, orixás são manifestações do invisível. Mulas-sem-cabeça, a loura de branco que mora no cemitério. A morte e o outro lado, mundo intangível. Rituais fazem a ponte com o paralelo. A face oculta da mente. Sombras. Um som que não se desvenda a cortar a noite. Um pequeno milagre. O invisível tem poder elevado à potência de nossa imaginação. Anda de mãos dadas com o medo e com a curiosidade. O invisível é o que não se controla, não se pode jogar luz, não é codificável. E nem por isso nos é alheio. Habita umbrais, castelos de luz, nuvens, uma das pontas do arco-íris, o silêncio, um altar. Paira sobre as árvores, anima os pássaros, rege tempestades. Como traduzir o invisível? Pintores fazem isso pintando o visível. Poetas talham o invisível com palavras cirúrgicas. Um plano sobre tudo pode evocar o nada. De que matéria criamos a nossa concepção do invisível? (Fonte: redelivre.net. Acesso em 10 out. 2016)

Logo abaixo do texto de apresentação, vinham os materiais imagéticos e textuais dos colaboradores:

imagem enviado por Anna Flávia Dias - 11/03/09 00:00



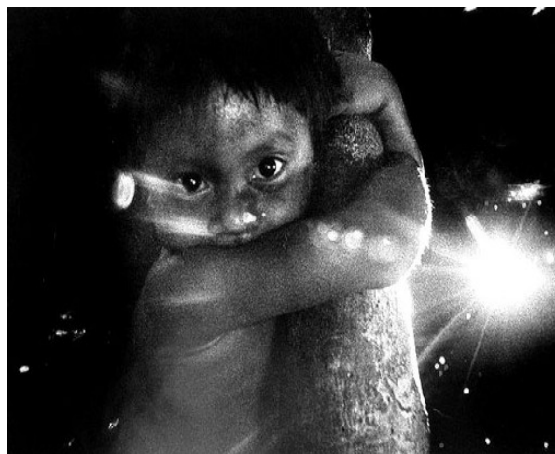
*Foto: Cláudia Andujar / Yanomami*

imagem enviado por Anna Flávia Dias - 11/03/09 00:00



*Foto: Cláudia Andujar / Yanomami*

imagem enviado por Anna Flávia Dias - 11/03/09 00:00



*Foto: Cláudia Andujar / Yanomami*

Texto enviado por Anna Flávia Dias - 11/03/09 00:00

Quando se toma pela primeira vez o pó da árvore yãkōnani os espíritos xapiripê começam a chegar até você. Primeiro, ouvem-se de longe seus cantos de alegria, tênues como zumbidos de mosquito. Depois, quando os olhos estão morrendo, começam-se a ver luzes cintilantes que tremem nas alturas, vindas de todas as direções do céu. Aos poucos os espíritos se revelam, avançando e recuando com passos de dança muito lentos. Eles são minúsculos e pintados de cores brilhantes. Suas cabeças são cobertas de plúmulas brancas de gavião e suas braçadeiras cheias de rabos de arara e de papagaio.

Dançam em círculo, sem pressa. Mas, de repente, armados com grandes “espadas”, partem ao meio sua coluna vertebral. Cortam sua cabeça e sua língua. Sente-se então uma dor intensa e você desmaia. Seu envelope corporal fica no chão mas os xapiripê voam para longe, levando as partes do seu corpo imaterial. Deitam-nas em seus espelhos, nas costas do céu, e pintam-na com urucum. Raspam sua língua e a cobrem de plúmulas brancas. Mais tarde recompõem seu corpo, mas ao contrário: juntam a cabeça no lugar do traseiro e as pernas no lugar dos braços. Uma vez virado do avesso, você pode responder aos espíritos e imitar seus cantos, você pode ser um xamã.

Davi Kopenawa Yanomami

Extraído de: ANDUJAR, Claudia. Yanomami. São Paulo: DBA, 1998.

### 1 comentário(s)

#### 1. [fora\\_da\\_lei](#) / Fora da Lei

Em: 23/04/2009 23:48

"De que matéria criamos a nossa concepção do invisível?" Desta dúvida ou pergunta, me soa uma resposta daquilo que é do mundo material e não é visto. Tipo o homem, falo daqueles anônimos, esquecidos, invisíveis... os que não querem ser vistos, os que não são vistos... Existem no Brasil lugares em que o que chega até lá (se chega) é com muito custo. Não há saúde, educação, informação... não há. Aqueles que habitam as periferias do universo da sociedade. Esquecidos. Há também aqueles que estão todos os dias ali, ao alcance de qualquer olhar que passeia nas ruas, em casa, no trabalho, no lazer, enfim, esses só seriam notados se faltassem. Simone Caetano (Fora da Lei / Balacobaco / Goiânia-GO)

(Fonte: redelivre.net. Acesso em 10/10/2016)

Percebe-se por esse exemplo como o texto de apresentação mais amplia as perspectivas sobre o tema do que ajuda a delimitar a temática. Os materiais dos colaboradores, por sua vez, começam a dar corpo ao tema/problema. Sobre a proposta de trabalhar a partir de temas abstratos, Saraiva comenta:

Havia um “tensionamento”, vamos dizer, criativo e reflexivo, para que cada ideia empírica se relacionasse com um dos temas abstratos que gerariam depois os programas. Isso era pra evitar representativismo: grupo de capoeira faz vídeo de capoeira pra gente que joga capoeira. Pode e deve ter capoeira, mas o mote tem que ser mais amplo, tipo “cicatriz” pra falar de escravidão, por exemplo, mas que se juntaria com outras “cicatizes” de outros grupos pelo país afora (SARAIVA, 2014, em entrevista por e-mail).

A questão do “representativismo” se insere na discussão sobre a representação da diversidade. A regionalização do audiovisual, tão cara à SAV nestes anos que englobam a realização do Ponto Brasil, é uma ferramenta que busca fortalecer a multiplicidade de narrativas sobre as regiões, manifestações culturais, práticas etc. O programa Ponto Brasil apostou em um método que investe na complexificação da representação identitária.

Também sobre a elaboração dos temas, Anna Flavia Dias, roteirista da equipe central

do programa, conta:

A gente tinha sempre um receio no horizonte: de que os Pontos já tivessem seus planos e discursos muito prontos. Por exemplo: se escolhêssemos como tema "festas populares" temíamos que uma enxurrada de vídeos institucionais, com discurso já previsível sobre a importância das festas regionais, por exemplo, dominassem. Então escolhemos "brincadeira". Dentro de Brincadeira, caso a escolha fosse uma festa, a gente tinha já chutado a bola para o essencial da festa, a folia, a brincadeira, evitando, assim, ou pelo menos tentando evitar, um discurso mais institucional. O tempo todo escolhíamos temas que fossem feixes de ideias distintas, que não esgotassem numa única acepção o que poderia ser objeto da criação. Cicatrizes (do corpo e da alma), Fronteiras, Epifanias, são temas amplos e isso muitas vezes confundia... mas tudo bem confundir. Melhor que delimitar demais. Os textos ampliavam as possibilidades dos temas e as colaborações que rolavam logo abaixo também ajudavam a ampliar. [...] Queríamos que essas bombas de informações e postagens pudessem provocar mirabolâncias no resultado. Nem sempre funcionou, mas, quando rolou, foi bem legal (DIAS, 2017, em entrevista).

A questão dos vídeos institucionais diz respeito ao contexto de realização do programa. O tempo todo houve a preocupação de que os vídeos que compõem os episódios tivessem uma independência na escolha do conteúdo que não remetesse ao Programa Cultura Viva diretamente, no sentido institucional, apesar de surgir neste contexto. A proposta era que os realizadores que eram Pontos de Cultura trouxessem para o programa as características do Cultura Viva de forma indireta, quer dizer, a partir da própria subjetividade de quem forma a rede Cultura Viva.

Sobre o episódio Cidades, Mattos (2009) avalia:

Na prática, é a pequena revolução operada pelos Pontos de Cultura que chega à TV. Com qualidade audiovisual razoavelmente sofisticada, os programas tratam de cidadania, identidade, relacionamentos, cotidiano etc. No primeiro [...] o tema foi a cidade. O resultado me pareceu irregular, variando entre a ingênua caminhada de uma cozinheira do interior por Belo Horizonte, uma deplorável ficção sobre solidão em Londrina, uma energética argumentação sobre quilombos urbanos em São Paulo e dois caprichados ensaios poéticos sobre fluxos da cidade em Goiânia e monumentos paulistas. Em alguns momentos da edição, ronda o risco da semelhança com a estética da propaganda oficial. (MATTOS, 2009)

É essa estética da propaganda oficial que se tentou evitar. O conjunto dos vídeos nos chamou mais a atenção do que os vídeos de forma isolada. Nesse sentido, não sou propagandístico, mas nosso objetivo aqui não é analisar os vídeos que compõem os episódios e sim refletir sobre a linha guia que perpassa o programa de forma mais ampla.



O método do programa, em especial a proposta de partir dos temas geradores abstratos, funciona como dispositivo que potencialmente facilita a emergência de narrativas múltiplas acerca das temáticas propostas. Perguntamos com França (2002): “Como é que este cinema trabalha com o imaginário do espaço, do território, da terra, criando laços invisíveis e conectando pessoas (espectadores) numa unidade complexa? [...]” (FRANÇA, p. 61, 2002).

O episódio 'Cidades', por exemplo, é composto por dois vídeos documentais, o primeiro sobre uma mulher do interior mineiro em Belo Horizonte/MG, ela caminha pela cidade num processo de encontro/desencontro que poderia acontecer em qualquer outra capital do mundo; outro sobre quilombos urbanos em São Paulo/SP, numa discussão mais enfática sobre questões econômicas e sociopolíticas: a roda de conversa acontece em uma ocupação de moradia no centro de São Paulo; uma ficção sobre solidão em Londrina/PR e dois ensaios, o primeiro sobre mobilidade em Goiânia/GO e o segundo sobre monumentos em São Paulo/SP. O episódio 'O Invisível' é composto por um vídeo sobre a relação entre natureza e cidade em Belo Horizonte/MG que também se reflete na relação das pessoas com o ambiente urbano. O o segundo é o depoimento de um vendedor ambulante sobre circulação na cidade de Salvador/BA e a relação das pessoas com o espaço e entre elas - o vendedor fala que enquanto está trabalhando as pessoas não estranham sua presença constante, não estranham vê-lo circulando, ele passa despercebido, ganha um certo tipo de invisibilidade e quando já não está mais trabalhando, já não carrega sua mercadoria, essa circulação é vista com desconfiança. O terceiro é um documentário realizado a partir de uma série de ações em São Paulo falando sobre legendagem de filmes falados em português para o público surdo. E por fim, dois ensaios, um em Curitiba/PR e outro em Niterói/RJ, versam sobre os seres, imagens, símbolos que estão por toda parte nas cidades, mas passam despercebidos, mesmo invisíveis.

No artigo que usamos como referência, França está preocupada em perceber as “noções de terra e fronteira como formas de imaginário contemporâneas”, segundo a autora

A nação ou a terra, formulada neste cinema, inventa espaços de solidariedade, espaços que ensejam uma espécie de adesão silenciosa, ou seja, reidentificações imaginárias que funcionam como lugar de investimento e produção de desejo e que promovem inclusive a quebra de estereótipos e clichês amplamente veiculados na mídia televisiva e impressa (FRANÇA, p. 65, 2002).

A terra, na perspectiva de França, é o processo que essa experiência gera, “imagem em movimento de um mundo possível, com todas as diferenciações que internamente possibilita”

(FRANÇA, p. 65, 2002).

Entre os episódios, dois foram realizados de maneira diferente. ‘Ensaio sobre a crise’, realizado em São Paulo em colaboração entre Brigada de Audiovisual da Via Campesina, Comissão Pastoral da Terra, Comuna Urbana Dom Helder Câmara, Escola Florestan Fernandes, Estúdio do Latão (Companhia do Latão), Movimento Atingidos por Barragens, MST (com representantes de diversos os Estados) e Rede Cultural da Terra. O episódio não é composto por pequenos vídeos, mas por um ensaio de 26 minutos.

A segunda exceção é ‘Olhares indígenas’, realizado em parceria com Vídeo nas Aldeias. O episódio é composto por seis curtas metragem: ‘A gente luta mas come fruta’ mostra o manejo ambiental feito pelos Ashaninka em seu território; ‘Troca de Olhares’ é um projeto de intercâmbio entre a favela do Pereirão no Rio de Janeiro e as etnias Huni Kuin e Ashaninka; ‘O Monstro Kátpy Ro Sujareni’ é uma ficção inspirada num mito Kinsedje; ‘Nós e a cidade’ mostra a relação dos Guarani com o artesanato; ‘Kene’ mostra o processo de aprendizado das pinturas tradicionais realizadas pelas mulheres Huni Kuin e ‘Academia Kuikuro’ relata o processo de formação dos lutadores Kuikuro. O episódio seguiu outra lógica de realização, baseada no método do VnA.

Com relação ao papel dos temas abstratos na televisão, segundo Saraiva, usa-se o conceito de temário na TV para organizar o conteúdo do ponto de vista da programação.

Em geral são esses temas já consagrados pelas disputas políticas, então quando tu tem um programa chamado “epifania” tu cria um problema para a televisão, vão dizer: “mas o que é isso, enquadra onde?” Justamente, pois é, as coisas não se enquadram, então é uma tentativa de quebrar a lógica de programação já carimbada (SARAIVA, 2016, em entrevista).

O “problema para a televisão” que ele se refere é no sentido criativo do pensamento sobre programação e conteúdo na TV, questão que estava sendo discutida no âmbito da TV Brasil naquele momento. Nesse sentido os temas geradores podem ser pensados como “pautas” de programação da TV.

A seção “ferramenta” do site é composta por uma biblioteca de trechos de filmes comentados, que eram usados como referência nas discussões do MOC. A página “ferramentas” tinha os seguintes itens: entrevistas, espaços, gestos, objetos, performances, personagens, perfis, sonoridades e vozes, cada um com textos e trechos de filmes comentados.

A gente fez uma seleção de trechos de filmes de cinema e tinha um comentário em relação aos aspectos de linguagem daquele trecho. Isso virou uma espécie de catálogo de formas audiovisuais. A ideia [...] era que ao longo das discussões de evolução da proposta de cada vídeo, a gente pudesse fazer referências a esse catálogo. Por exemplo, eu estou falando de usar voz over, a gente tinha esses 3 ou 4 exemplos na nossa caixa de ferramentas, e isso era indicado, a gente puxava pra conversa, falava: “olha isso aqui, olha como o Jean Rouch usou isso [no filme] Crônica de um Verão”, aí mostrava um trecho, discutia: “É isso que vocês querem fazer no vídeo com vocês?” [...]. Isso era para tentar aprofundar o detalhamento daquele tipo de linguagem (SARAIVA, 2015, em entrevista).

As ferramentas têm papel importante na etapa virtual do processo, elas funcionam como um banco de repertório audiovisual que ajuda a adequar as propostas dos vídeos.

Conforme amadurecia, o MOC virava Modelo de Organização de Produção. No MOP deveriam constar informações sobre locações, equipamentos necessários, equipe, função de cada um e que profissionais da equipe central precisariam ir para a filmagem. A equipe técnica (em geral produtor, cinegrafista e técnico de áudio) chegava ao local de filmagem na véspera para juntar-se aos grupos locais de produção. Passavam uma semana trabalhando, filmando de 5 a 7 vídeos em média. Segundo Coutinho,

[...] quando já tinha uma série de vídeos prontos [MOC e MOP finalizados] em cada estado, a gente viajava com equipe e equipamento e dava esse suporte para os grupos. Mas a gente ia, não era na intenção de produzir para eles. A gente ia, assim, cada grupo tinha sua necessidade, tinha gente que não tinha fotógrafo, tinha gente que não tinha câmera [cinegrafista], mas tinha gente que tinha tudo, tinha gente que já era profissional do audiovisual, de cinema, e tinha gente que estava entrando agora e que nem era da área. A gente chegava lá e as vezes a gente dava uma oficina de iluminação ou uma oficina de câmera, só de operação da câmera que estávamos usando, [...], dependendo do que cada grupo necessitasse. A gente se integrava dessa forma, mas sempre só fazendo *making off* ou operando uma câmera para eles e eles com a gestão do produto deles (COUTINHO, em entrevista, 2017).

Coutinho avalia que houve também colaboração entre os grupos, seja no empréstimo de equipamento, assumindo alguma função técnica ou colaborando na produção, o que fazia com que não fosse uma troca só entre equipe da TV com o grupo local (COUTINHO, em entrevista, 2017).

Havia pouco tempo para filmagem, desde o início o vídeo tinha que ser pensado para ser realizado em uma diária. A respeito do tempo limitado para filmagem, Davy Alexandrisky, do Campus Avançado de Niterói, conta que houve situação de chover no dia da filmagem e ter

que readaptar a proposta do vídeo porque não poderia adiar (ALEXANDRISKY, 2016, em entrevista). Carol Barboza avalia que

[...] de fato os que estavam mais envolvidos e que tinham as ideias mais claras e um pouco mais de experiência conseguiam desenrolar bem, os mais iniciantes, quase sempre, a gente acabava mudando muito a ideia original, para o que era possível no dia, na hora (BARBOZA, 2017, em entrevista)

O pouco tempo de amadurecimento do MOP e para filmagem gerou outras críticas. Janaina Rocha nos encaminhou um relato que Têmis Nicolaidis (Catarse – Coletivo de Comunicação/RS) enviou para a equipe, respondendo a um pedido de apreciação do projeto. Ela diz:

[...] Notei que é um projeto em aberto, em experimentação. O que é ótimo, afinal a gente aprende melhor quando tem quem aprenda junto. A Flávia, o Paulo, o Ben Charles, o Marcelo, foram (são) pessoas – fora de série – que deram tudo (conhecimento, limites, atenção e respeito) o que podiam e que estava a seu alcance para realizar os 9 vídeos em uma semana. 9! Aí começa a minha reflexão sobre algumas coisas que me chamaram a atenção em todo o processo. Senti que alguns dos problemas que enfrentamos foram por causa desse muito trabalho em tanto pouco tempo. E é realmente uma pena. Por exemplo, Esperando Nonô e Visão particular, foram filmes que precisariam de 2 turnos inteiros para serem realizados com a calma que mereciam, foram feitos em apenas 1. No final foi bastante corrido.

Talvez essa pressa toda não acontecesse se tivéssemos melhor preparados na produção e na constituição das equipes. O trabalho colaborativo foi extremamente válido e efetivo quando discutíamos conceitos, roteiros, ideias e histórias, mas quando chegou na hora da produção, começou a ficar um tanto truncado. A meu ver demoramos para escolher as funções de cada um dentro de cada MOC. Se tivéssemos nos antecipado, cada um correria atrás de suas responsabilidades, mais focado, tomando mais propriedade do seu papel na produção, com mais vontade de discutir e pôr em prática suas ideias de estética e logística dentro da área específica escolhida – foto, som, produção, direção...

Novamente, a falta de tempo com tantos MOCS. A produção era assim: de um dia para o outro. Não deu tempo de sentar com calma, fazer visitas de locação, planejar a arte x figurino x fotografia, ensaiar com os atores, buscar figuração...Foi muita correria para isso. Nossas reuniões de MOPS foram pouco produtivas, talvez pelo fato de estarmos afastados geograficamente de Santa Maria onde, com certeza, todos da TV Ovo – apesar do super trabalho que fizeram - ficaram sobrecarregados.

Senti falta de uma discussão semelhante à dos roteiros na parte técnica. Discutir a produção, a arte, a luz (que é fundamental ser estudada assim como o roteiro e o áudio, com oficina). Os técnicos deveriam estar presentes em todo o processo, seriam fundamentais

para a construção do trabalho. Enriqueceriam os MOCs e ajudariam a resolver questões práticas de execução.

Outro ponto que me parece fundamental para o projeto, é uma reunião de avaliação. Produzir a toque de caixa não deixa tempo para refletir. Senti falta de confrontar os problemas que passamos, colocar na mesa as dificuldades, erros e acertos de cada filme. Poderíamos ter ido um pouco mais longe como artistas e profissionais e perdemos essa oportunidade

Mas nada disso é demérito. Por minha história dentro de um coletivo, entendo bem o que significa CONSTITUIR. E o Ponto Brasil está sendo constituído e vem crescendo e aprendendo, é um orgulho para mim estar fazendo parte. Todas as experiências que tive contato nesses dias, inclusive as ruins, valeram demais. Como disse, abri meus horizontes e vou levar essa experiência pelo resto da minha vida. Deixo aqui o meu carinho e agradecimento a toda equipe do Ponto Brasil [De: Têmis Nicolaidis. “minhas impressões” para Anna Flávia Dias Salles, 31 de Março de 2009].

Nem todos os grupos ficavam situados na mesma cidade que o Nó de Rede. A TV Ovo, Nó no Rio Grande do Sul, fica em Santa Maria/RS, cerca de 300 km da capital, Porto Alegre, onde é a base da Catarse. A sede do Nó de Rede, em todos os estados, funcionou como base de produção, portanto a filmagem era realizada nesta cidade. Os grupos recebiam um valor – descrito no primeiro capítulo – para se deslocar e passar o período de filmagem na cidade onde ficava situado o Nó. Barboza fala que além de ter pouco tempo para produção, a estrutura também era bem pequena, mas fala que cada lugar era uma situação diferente. Se, por exemplo, no Rio Grande do Sul, houve, como descreve Nicolaidis, uma dificuldade com a distância entre os grupos, em Minas Gerais, segundo Coutinho, a maior parte dos grupos já se conhecia e alguns já colaboravam entre si desde antes do Ponto Brasil.

De fato, o amadurecimento do MOC é especialmente importante na metodologia. Pelo cronograma usado como exemplo, percebe-se que havia mais tempo para esta etapa do que para o desenvolvimento do MOP e filmagem. Segundo Saraiva, “[...] desde o começo o projeto de um vídeo tinha que ser pensado para ser realizado em um dia, [...] então tinha que ter uma ideia de linguagem forte, [...] tinha que ter muita clareza do que quer fazer” (SARAIVA, 2016, em entrevista). Segundo Cannito, o processo de reflexão/reformulação da proposta audiovisual é fundamental na produção colaborativa (CANNITO, 2009). A ênfase no MOC dialoga com a percepção de Cannito, mas diz respeito também a questões logísticas de planejamento do projeto. Optou-se por trabalhar com muitos grupos, cerca de 400 pessoas ao redor do país, portanto, em função da quantidade de grupos e orçamento do projeto, não era possível manter a equipe central do programa por mais tempo nas localidades. Os

coordenadores avaliam que se tivesse tido uma segunda edição do programa optariam por trabalhar com menos grupos, realizando vídeos mais longos, num modelo um pouco diferente do que foi realizado no primeiro programa, dando mais tempo a cada etapa.

Segundo Saraiva, a edição e finalização dos vídeos não foi realizada de maneira colaborativa, foi centralizada pela equipe central em Brasília, “em alguns casos mais delicados, tivemos ida e volta de versões” (SARAIVA, 2015, em entrevista). Na visão dele, essa foi uma limitação estrutural da realização

[...] que a gente sabia e decidi fazer mesmo assim [...]. A gente centralizou a edição, completamente, a gente fez uma experiência de discussão de edição colaborativa no começo, [...] quando terminou a primeira vez, falamos: “Essa foi a primeira e única”. Porque não dá, íamos demorar 4 anos pra terminar (SARAIVA, 2016, em entrevista).

O grupo local poderia fazer uma pré-edição. Eles tinham 10 dias a partir do final da filmagem para entregar o material pré-editado, seguindo os padrões técnicos exigidos pela TV. Marcelo Coutinho conta que alguns grupos mandaram material pré-editado, outros não

[...] a parte de finalização mesmo foi a gente fez. [...] Éramos três editores para finalizar esse material que tinha todas as procedências, inclusive tinha filme que não tinha sido editado, [...] que a gente tinha que editar conforme orientação deles [...]. Foi toda uma conversa, foi todo um jogo para finalizar esses materiais [...], porque também tinha essa preocupação de não interferir tanto no que as pessoas tinham proposto. Então você tem 4 ou 5 vídeos de um mesmo tema para transformar em um episódio de meia hora. Muitas vezes ficava menor do que meia hora ou maior do que meia hora, então a gente teve que, de certa forma, esticar, encolher, tinha aquela coisa de encaixar no formato para TV [...] (COUTINHO, em entrevista, 2017).

No processo de edição e montagem dos episódios, foi necessário reorganizar alguns vídeos em pacotes de temas criados na finalização, suprimindo temas geradores. Os episódios “Cidades”, “Ossos e ofícios”, “Retratos” e “Africanizar” surgiram assim.

Uma questão de ordem técnica importante com relação à filmagem e à finalização diz respeito ao padrão técnico exigido pela TV. Segundo Saraiva,

[...] o padrão de qualidade, tem que passar por ele, tanto no suporte, tudo tinha que ser filmado em HD e isso era uma questão porque nem todo mundo tinha HD, não estava disponível em todo Brasil naquele momento, mas também os padrões de qualidade a partir desse formato, nível de gravação de som, de luz e tal (SARAIVA, 2016, em

entrevista).

O padrão técnico é norma comum na televisão. No DOCTV, por exemplo, as especificações técnicas estavam no próprio edital, os documentários só seriam considerados se seguissem as normas estipuladas em edital. O quadro Outro Olhar e a primeira fase do Ponto Brasil - o Mosaico e os interprogramas - não estiveram sujeitos a estes padrões por não serem propriamente um programa. O programa Ponto Brasil optou por dialogar com estas questões ao decidir investir na criação de um programa com diversos episódios e não mais interprogramas.

Segundo Saraiva, os cinegrafistas e o técnico de áudio ficavam responsáveis por garantir a medição durante o processo de filmagem. Na filmagem usava-se sempre o equipamento da TV levado pela equipe central. Saraiva conta que em função do modelo de produção do programa havia uma desconfiança de parte da TV de que os programas não passariam pelo padrão técnico de qualidade, mas passaram. Outra questão de ordem técnica fundamental neste tipo de dinâmica é como fazer circular o material bruto em HD. Segundo Saraiva, para garantir que teriam esse material para finalizar o programa, no último dia de filmagem fazia-se a cópiagem de tudo que havia sido filmado e a equipe técnica voltava para Brasília com um *backup* do material bruto.

Não há nenhuma citação ou referência sobre o programa Ponto Brasil no *site* da TV Brasil. Segundo Saraiva, quando o programa foi finalizado o grupo do MinC já tinha saído da TV Brasil e a nova direção de Programação e Conteúdo não gostava do programa, ele diz que só foi exibido porque havia um contrato a ser cumprido:

A TV Brasil exibiu os programas, já a nova direção, por força da lei, de madrugada. Não queriam exibir e depois não ficou nem no banco de conteúdo da TV Brasil, nem no site, foi eliminado. [...] A gente ficou com o acervo, [...] o acervo está na minha casa e na casa da Jana, por dó de jogar fora e até hoje eu pago o servidor [...] (SARAIVA, em entrevista, 2016).

O programa foi exibido aos sábados, às 23h45. O servidor a que ele se refere é o que hospeda o site 'redelivre.net'. Ele conta que houve a tentativa, através de outras parcerias, de fazer uma memória do projeto, mas nunca saiu do papel.

## CONCLUSÃO

O objetivo central deste trabalho foi o de refletir sobre a produção colaborativa voltada para a televisão tradicional que chamamos de *stricto sensu*, cuja reflexão foi construída a partir do microuniverso do programa de televisão Ponto Brasil. Não buscamos dar respostas, tampouco tirar conclusões sobre o modo de produção colaborativo neste meio, mas refletir sobre suas possibilidades e limites a partir dessa experiência pontual.

No decorrer da pesquisa encontramos pouca documentação relacionada ao programa, não há absolutamente nada no site da TV Brasil e muito pouco em outros ambientes; a pesquisa realizada por Carelli e Rocha (2011) situa o Ponto Brasil, mas não tem como objetivo uma descrição mais detalhada do programa. A tese de Cannito (2009) foi realizada paralelamente ao Ponto Brasil, o programa ainda não estava finalizado. Dessa forma, a descrição do Ponto Brasil, desde o desenho e método, até ao processo de realização dos episódios e exibição na TV Brasil, ganhou uma dimensão importante na dissertação. Nossos entrevistados são, primordialmente, os sujeitos envolvidos na condução e realização do programa, conseqüentemente, a narrativa que se cria é orientada pelo olhar deles.

O primeiro e o segundo capítulos introduzem nosso estudo de caso. Nesta primeira parte delimitamos as questões fundamentais que dão corpo ao projeto do programa, tanto as características imediatas, quanto o contexto em que ele emerge. Com elas, vimos que a noção de cultura pauta a atuação do Ministério da Cultura a partir de 2003 possibilitou a configuração de uma experiência como o programa Ponto Brasil. Ao longo da dissertação, destacamos alguns aspectos de tais políticas e seus desdobramentos, sempre tendo o Ponto Brasil como norte. Se, por um lado, a emergência do programa no formato realizado se deve, em grande medida, ao contexto político e cultural no qual nasce, por outro, sua continuidade com relação ao amadurecimento do método e à proposta de desenvolvimento em parceria com a TV é interrompida em função deste mesmo cenário, ou seja, o projeto de financiamento da produção audiovisual dos Pontos de Cultura voltada para a TV tomou novos rumos com o Laboratório Cultura Viva.

Parece-nos que o processo do Ponto Brasil precisaria de mais tempo de amadurecimento para se solidificar, dialogando com as deficiências apresentadas no programa piloto, a exemplo, como citado nas entrevistas, da fragilidade dos modelos de organização da produção. O resultado estético do programa, como avalia Carlos Alberto Mattos (2009), tem



certa fragilidade: os vídeos que compõem os episódios são, de fato, muito heterogêneos com relação à qualidade audiovisual. Fica o desejo de ver como se daria esse processo num segundo momento, numa segunda edição, tendo passado pelo amadurecimento tanto da metodologia quanto dos grupos envolvidos.

Situamos o programa Ponto Brasil no conjunto de iniciativas que tiveram início a partir de meados dos anos 2000 e que têm a TV como norte, e que são iniciativas de caráter variado, algumas como Ponto Brasil e DOCTV, e no qual, cada um com suas características específicas, foram projetos pontuais. Outras iniciativas, como a Lei da TV Paga, com a cota para a produção independente; a criação do Art. 3o-A da Lei do Audiovisual e a linha do FSA voltada para produção independente, são mecanismos que possibilitam o investimento de longo prazo na produção independente com foco na TV. Em comum, estas iniciativas estão inseridas em uma proposta que pensa a TV, em todos os seus aspectos, como parte significativa das políticas públicas para a cultura. No contexto brasileiro, esse é um direcionamento inédito. Nesta perspectiva, ou seja, da proposição de uma metodologia tendo a televisão como foco, o programa Ponto Brasil é um projeto exitoso, ele realizou o que propôs: foi desenvolvido um método, conseguiu-se organizar uma rede colaborativa em nível nacional e produziu-se, colaborativamente, um programa piloto composto por 14 episódios.

A TV tem parâmetros de medição do êxito dos programas de sua programação baseado em índices de audiência<sup>50</sup>. Não chegamos a verificar a audiência do programa Ponto Brasil pois não nos parece que este índice, naquele momento, pudesse ser tido como parâmetro isolado de outros fatores (a TV estava em fase de implementação e o perfil da programação ainda estava sendo desenhado; o programa tem limitações, que citamos acima, que precisariam ser levadas em consideração, entre outras questões). No entanto, a questão da audiência de um programa realizado de modo colaborativo visando veiculação na TV merece um parêntese. Nos meios colaborativos, a colaboração se dá em todos os momentos do processo comunicativo, como descrevem Löwgren e Reimer (2012). Não há preocupação com audiência, importa a comunidade que se organiza em torno da realização da obra. Na televisão é diferente, inserir-se na lógica do *broadcasting* exige outra posição com relação à audiência. Dialoga-se com um público genérico, que acessa o programa no fluxo de programação da TV.

---

50 A vida das televisões comerciais depende dos índices de audiência. Eles determinam o valor cobrado pelos anúncios que mantêm as emissoras. Mas audiência também é importante para as TVs públicas, que precisam saber a forma como o público recebe suas programações. (VERTV, “Credibilidade da medição de audiência na TV”. Disponível em: <http://tvbrasil.etc.com.br/vertv/episodio/credibilidade-da-medicao-de-audiencia-na-tv>. Acesso em: 25 abr. 2017). As novas formas de assistir TV impactam as pesquisas de audiência, novos modelos de medição têm sido elaborados para dar conta deste contexto.

Esta é uma diferença fundamental entre a produção colaborativa na TV *stricto sensu* e nos meios colaborativos.

No terceiro capítulo buscamos diferenciar a produção colaborativa realizada nos meios colaborativos e na televisão tradicional, fundamental para a reflexão que seguiu-se sobre o programa Ponto Brasil. Segundo Löwgren e Reimer (2013), a forma cultural do meio colaborativo faz com que sejam propensos a este modo de produção (LÖWGREN e REIMER, 2013, p. 15). Nossa pesquisa buscou visualizar, no diálogo com esta perspectiva, qual o interesse e objetivos da produção colaborativa na televisão *stricto sensu* já que a TV difere em diversos aspectos dos meios colaborativos descritos pelos autores.

O programa Ponto Brasil nos dá algumas pistas sobre as possibilidades do modo de produção colaborativo na TV *stricto sensu*. Ele aponta, por exemplo, que a produção colaborativa na TV acontece no momento “produção” do processo comunicativo, através de sua expansão. Avaliamos que a limitação do modo colaborativo ao momento da produção no contexto da televisão não é nenhum demérito. Ao contrário, introduz neste meio algumas características importantes que dizem respeito não apenas à inserção de outros discursos na TV, mas também de formas narrativas que, no conjunto, Carelli e Rocha (2011) e Cannito (2009) apontam como sendo uma democratização estética do meio. Cannito pontua esta constatação:

A união dos produtores em cooperativas, por exemplo, teria de resultar em novos meios de trabalhar conteúdos amplamente massificados sob nova perspectiva, uma vez que os assuntos se repetem quando se vive numa sociedade politicamente organizada, como é a nossa. Isso quer dizer que nem todo tema será novo; a novidade pode estar no modo como ele é mostrado, sob qual conceito e perspectiva. É nesse ponto que o colaborativo surge para expandir o patamar que a produção atual já alcançou, com seus novos olhares e formas de trabalhar sob diferentes perspectivas (CANNITO, 2009, p. 227).

Cannito conclui afirmando que não é objetivo da produção colaborativa divulgar a obra do realizador amador, mas diversificar os programas para atender ao interesse do espectador. O programa Ponto Brasil soma nessa reflexão por ter organizado uma rede composta tanto por amadores quanto por profissionais do audiovisual. Há o desejo de superar certa orientação que coloca o audiovisual comunitário em um “gueto”, separado do que é entendido como profissional. O método do programa investe na superação da segregação das produções que dialogam com o “comunitário”, como é o caso do Ponto Brasil.

O programa também introduz a questão do licenciamento de obras de caráter colaborativo, mas ainda é precoce dizer o que isso significa e de que forma reverbera na estrutura econômica da televisão. Como nos lembra Alegria (2008), a transposição de formas alternativas de licenciamento para o mercado da produção audiovisual representa uma quebra de paradigma. No caso do programa Ponto Brasil, como falamos no primeiro capítulo, o licenciamento em *Creative Commons* não teve grandes consequências, mas merece ser citado tendo em vista a reflexão sobre as possibilidades e entraves da produção colaborativa neste meio.

Percebe-se que a criação coletiva, na dimensão do programa, tem uma complexidade que demanda uma estrutura organizativa sólida e um método. A produção do Ponto Brasil indica que é possível realizar projetos com alto grau de descentralização, mas custa caro. O projeto aponta que a produção colaborativa na televisão demanda a reflexão e implementação de modelos econômicos que contemplem este modo de produção. Tendo em vista as iniciativas de fomento à produção independente voltada para TV, a produção colaborativa seria viável no contexto brasileiro, mas cai em entraves burocráticos, como a dificuldade no repasse de verba para grupos sem base de organização comercial citada por Saraiva (2016), questão fundamental de ser atualizada.

A pesquisa sobre o modo colaborativo na TV aberta e pública é relevante se levarmos em conta o contexto brasileiro: segundo pesquisa do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) (IBGE, 2016) realizada em 2015, 97,1% dos domicílios no Brasil possuem aparelho de televisão, sendo que desses, 32,1% tem TV por assinatura (entendida como a recepção paga de sinal fechado de televisão), 45,1% têm acesso à televisão digital aberta (entendida como a recepção gratuita de sinal aberto de televisão, com tecnologia digital e transmitido por antenas terrestres) e 37,5% usa antena parabólica (entendida como a recepção gratuita de sinal de televisão transmitido via satélite). A mesma pesquisa aponta que apenas 57,8% dos domicílios possui internet, sendo que destes, 70,1% usam computador para acessar internet e, dentre os domicílios com acesso à internet por meio de outros equipamentos, 92,1% se dá por meio de telefone móvel celular e 7,5% pelo aparelho de televisão. Levando em conta apenas os domicílios com internet (excluindo outros espaços de acesso como *Lan Houses*, escolas etc.), as experiências de TV na internet seriam possíveis apenas a menos de 60% da população. No âmbito da TV, a pesquisa aponta que quase 70% dos domicílios brasileiros têm acesso apenas à TV aberta. Esta situação mostra como a discussão sobre

televisão aberta, em todos os seus aspectos (técnicos, políticos, econômicos, sociais, culturais e estéticos), se mantém muito atual e necessária.

Explora-se pouco o colaborativo na TV, talvez porque exista outro meio que seja mais propenso a este modo de produção. No entanto, o modo colaborativo, como apresentamos no decorrer da dissertação, apresenta diversas potencialidades no âmbito da televisão *stricto sensu* que dialoga diretamente com as realidades brasileiras.

Se por um lado a convergência midiática potencializa processos colaborativos que dialogam com a televisão (JENKINS, 2008; SVARTMAN, 2016), por outro, concordamos com alguns autores (CARIBÉ, 2015 e outros), é uma abordagem que pode incorrer na despolitização da técnica. Os meios estão intrinsecamente conectados, tanto no sentido técnico, quanto político e econômico, e um exemplo que evidencia essa assertiva é o fato das teles terem tido papel importante na aprovação da Lei da TV Paga<sup>51</sup> visando entrar no mercado da televisão *stricto sensu*. Com a Lei, além de dominar os serviços de telefonia e internet, as teles entram no mercado da TV paga, especificamente na distribuição de conteúdo. Ou seja, há, de fato, uma percepção clara destas empresas, que dominam as estruturas tecnológicas de comunicação, da importância estratégica de atuar nos diversos meios. Tendo em vista a democratização da comunicação, é fundamental que a sociedade civil ocupe os “espaços” midiáticos através de modos de organização da produção e da proposição de conteúdos que dialoguem com as especificidades de cada meio.

Com tal percurso tentamos jogar uma luz sobre questões que nos instigaram desde o início da pesquisa. Destaca-se a reflexão sobre os processos colaborativos, aqueles que apostam na criação coletiva, demandarem um método e uma estrutura em função de sua complexidade; nos interessou também refletir sobre as nuances deste modo de produção na televisão aberta e finalmente, em função de nosso estudo de caso, lançar um olhar sobre as políticas culturais em voga naquela época.

---

51 O objetivo era ampliar as licenças para prestação do serviço de televisão a cabo para as operadoras de telefonia fixa, e flexibilizar a exploração da distribuição por empresas estrangeiras (CARIBÉ, 2015). A Lei regulamenta a entrada das teles na radiodifusão, especificamente na distribuição de conteúdo. “A meta chave defendida entre as teles era aproveitar o aumento da capacidade de consumo da população com o fortalecimento do conteúdo na TV por assinatura para angariar mais assinantes” (CARIBÉ, 2015, p. 77)

## BIBLIOGRAFIA

ALBINATI, Mariana Luscher; BOUILLET, Rodrigo. “Cidadania e reconhecimento cultural: pistas de uma trajetória institucional no MinC”. In: VI Seminário Internacional de Políticas Culturais, 2015, Rio de Janeiro. Anais do VI Seminário Internacional de Políticas Culturais. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2015. p. 1002-1014.

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. “Gestão ou gestação pública da cultura: algumas reflexões sobre o papel do Estado na produção cultural contemporânea”. p. 61 IN: RUBIM, Antonio Albino Canelas e BARBALHO, Alexandre (orgs.). *Políticas culturais no Brasil*. Salvador, EDUFBA, 2007.

ALEGRIA, João. “Dinâmica da produção colaborativa de audiovisuais”. In: CARRARA, Ana Regina; GARCIA, Mariana (Org.). *Cultura, educação e Comunidade*. São Paulo: CENPEC, 2008. p. 62-73.

ALVARENGA, Clarisse Maria Castro de. *Vídeo e experimentação social: um estudo sobre o vídeo comunitário contemporâneo no Brasil*. 2004. [s.n.]. Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Artes, 2004.

AMANCIO, Tunico. “Pacto Cinema e Estado: os anos Embrafilme”. In. GATTI, Andre Piero. *Embrafilme e o cinema brasileiro*. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007. 113 p. (Cadernos de Pesquisa; v. 6) p. 88-101.

BOLAÑO, Cesar. “Para a Crítica da Diversidade”. In. KAUARK, Giuliana ; BARROS, J. M. (Org.); MIGUEZ, P. (Org.). *Diversidade Cultural: políticas, visibilidades midiáticas e redes*. 1. ed. Salvador: EDUFBA, 2015. v. 1. 273p .

BORDWELL, David, STAIGER, Janet & THOMPSON, Kristin. *The classical Hollywood cinema: film style & mode of production to 1960*, Nova York: Columbia University Press, 1985

BUCCI, Eugenio. “A TV Pública não faz, não deveria dizer que faz e, pensando bem, deveria declarar abertamente que não faz entretenimento”. Caderno de Debates. Vol. I. I Fórum Nacional de TV's Públicas: Diagnóstico do Campo Público de Televisão – Brasília: Ministério da Cultura, 2006. 112 p.

CANNITO, Newton Guimarães. *A TV 1.5: a televisão na era digital*. 2009. 302 f. Tese (Doutorado) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009

CAPANEMA, Letícia. *A televisão no ciberespaço*. Dissertação (Mestrado – Comunicação e Semiótica). São Paulo: Puc-SP, 2009.

CARELLI, Vincet; ROCHA, Janaina. “Brasil”. In *El cine comunitario en América Latina y el Caribe*. Alfonso Gumucio Dagrón (coord. regional). Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano y Centro Nacional Autónomo de Cinematografía: República Bolivariana de

Venezuela, Documento n. 14 - FES – C3, 2011.

CARIBÉ, Pedro Andrade. *Lei da TV paga: os mediadores na constituição de uma rede audiovisual*. 181 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília, 2015.

CARMO, Cleide Mara Vilela do. *Instrumentos e políticas públicas de cultura: o caso dos editais do fundo de apoio à cultura do Distrito Federal no período de 2011 a 2014*. 2016. 150 f., il. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sociedade e Cooperação Internacional). Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

CASTELLS, Manuel. “Posfácio: why networks matter”. In: MCCARTHY, H.; MILLER, P.; SKIDMORE, P. (Ed.). *Network/ogic LOnDOn DemoS*, 2004, p. 221-225.

COCCO, Giuseppe. “Trabalho sem obra, obra sem autor: A constituição do comum”. In BELISÁRIO, A; TARIN, B (Org.). *Copyfight: Pirataria & Cultura Livre*. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2012.

FÉR, Ester Marçal. *O Audiovisual na rede dos Pontos de Cultura da Grande São Paulo*. 2009. Dissertação (Mestrado) - Faculdade Cásper Líbero

FRANÇA, Andréa. “Paisagens fronteiriças no cinema contemporâneo”. *ALCEU*. v.2, n.4, p. 61 a 75 - jan./jun. 2002,

FRIEDLAND, Lewis A. *Public television as public sphere: The case of the Wisconsin collaborative project*, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 1995, p.147-176

GIL, Gilberto. “Discurso na solenidade de transmissão do cargo”. 2003. Disponível em <[http://gilbertogil.com.br/sec\\_texto.php?id=3&page=2](http://gilbertogil.com.br/sec_texto.php?id=3&page=2)>. Acesso em 19 ago. 2015.

GIL, Gilberto. “Hegemonia e diversidade cultural”. In: *Le Monde diplomatique – Brasil*, 17 jan. 2007.

GOMES, Itania Maria Mota. *Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo*. Salvador: EDUFBA, 2011.

HALL, Stuart. “Codificar/Decodificar”. In: Hall, Stuart. *Da diáspora. Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Ed. Da UFMG, 2003

HOLANDA, Karla. *DocTV: a produção independente na televisão*. Tese (doutorado em Comunicação). UFF. Niterói, 2013.

IKEDA, Marcelo. “As Políticas Públicas Cinematográficas no Início dos Anos 2000: O Papel da Ancine no Tripé Institucional Previsto pela MP 2.228-1/01”. In: *Anais do VIII ENECULT*, ago./2012a, Salvador.

IKEDA, Marcelo. “As políticas públicas para o audiovisual brasileiro: novas perspectivas”. In: VI Seminário Internacional de Políticas Culturais, 2015, Rio de Janeiro. *Anais do VI Seminário Internacional de Políticas Culturais*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2015. p.

IKEDA, Marcelo. “Crônica de uma separação – as políticas públicas para o audiovisual e o estímulo à produção independente”. In: *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación (Revista Eletrônica Eptic On Line)*, v. 14, n. 3, set/dez 2012b, p. 27-47. Aracaju: Observatório de Economia e Comunicação (Obscom) da Universidade Federal de Sergipe (UFS). (ISSN 1518-2487)

IKEDA, Marcelo. “Novas tendências no cinema contemporâneo brasileiro e o coletivo Alumbramento”. In: Alfredo Suppia. (Org.). *Cinema(s) independente(s)*. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2013, v. 1, p. 159-175.

INTERVOZES, “TV digital: oportunidade perdida para democratizar as comunicações”. 2007. Disponível em: <http://intervozes.org.br/tv-digital-oportunidade-perdida-para-democratizar-as-comunicacoes/>. Acesso em: 10 dez. 2016.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008 (Edição em português).

JOST, François. *Compreender a televisão*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

KAUARK, Giuliana. *Oportuna diversidade: A participação do Ministério da Cultura do Brasil durante a negociação da Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Salvador, 2009.

LABREA, Valéria. *Redes híbridas de cultura: o imaginário no poder Cartografia do discurso do Programa Cultura Viva - 2004 a 2013*. Tese (Doutorado) Brasília: Faculdade de Educação. Universidade de Brasília, 2014.

LEAL FILHO, Laurindo. “A missão da rede pública nacional de TV”. *Caderno de Debates*. v. II. I Fórum Nacional de TVs Públicas: Diagnóstico do Campo Público de Televisão – Brasília: Ministério da Cultura, 2007. p. 21 – 23.

LIMA, Clóvis Ricardo Montenegro de; SANTINI, Rose Marie. “Creative Commons e produção cultural colaborativa no Brasil”. *Comunicação e Espaço Público (UnB)*, v. IX, p. 120-132, 2006.

LIMA, Clóvis Ricardo Montenegro de; SANTINI, Rose Marie “Código aberto e produção colaborativa nos Pontos de Cultura”. *Contemporânea - Revista de Comunicação e Cultura*. 5(1):1-17, 2007.

LÖWGREN Jonas; REIMER Bo. *Collaborative media: Production, consumption, and design interventions*. MIT Press: Cambridge, MA, 2013.

MACHADO, Arlindo; VÉLEZ, Marta Lucía. “Questões metodológicas relacionadas com a análise da televisão”. In: *Revista e-compos*. Ed. 8, abr. 2007.

MACHADO, Arlindo. *A arte do vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora Senac, 2000.

MATTOS, Carlos Alberto. “Costurando os Pontos”. Publicado em 28/11/2009. Disponível em: <<http://carmattos.com/2009/11/28/costurando-os-pontos/>>. Acessado em: 31 ago. 2014.

MEIRELES, Adriana Veloso. A cultura digital no ministério da cultura: comunicação para uma nova cultura e educação. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo). 2008. Disponível em: <<https://dricaveloso.files.wordpress.com/2014/05/letrametodigitalemidiatico.pdf>>. Acesso em: 05 ago. 2011.

MIGLIORIN, Cezar. “Por um cinema pós-industrial: Notas para um debate”. Cinética. Fev. 2011. Disponível em: <<http://www.revistacinetica.com.br/cinemaposindustrial.htm>>. Acesso em: 10 jan.2015

NORBÄCK, Maria. *Making Public Service Television. Doing institutional work on the institution of public service TV*. Sweden: Jönköping University, 2012.

ORMAY, Larissa Santiago; RODRIGUES, Theófilo Codeço Machado. *Financiamento público da mídia privada no Brasil: notas para uma economia política da comunicação*. Eptic (UFS), v. 16, p. 32, 2014.

PAIVA, Thaís da Silva Brito de; SANTOS, Suzy dos. “TV Brasil: análise de uma TV em crise de identidade”. In: ENCONTRO DA INTERCOM SUDESTE, São Paulo 2008. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2008.

RAMOS, Fernão. *Mas afinal... o que é mesmo documentário?*. São Paulo: Ed. Senac, 2008.

RAMOS, Fernão Pessoa. In: LEONEL, Juliana de Melo; MENDONÇA, Ricardo Fabrino (Org). *Audiovisual comunitário e educação: histórias, processos e produtos*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010 (Prefácio, Prefácio, Posfácio).

RENOV, Michael. “Investigando o sujeito: uma introdução”. In: LABAKI, Amir; MOURÃO, Maria Dora (org). *Cinema do real*. São Paulo: Cosac Naify, 2005

ROCHA, Renata. “O Ministério da Cultura e a construção da TV Brasil: processos políticos, atores e mobilizações”. In: *Eptic online: revista electronica internacional de economia política da informação, da comunicação e da cultura*, ISSN-e 1518-2487, V. 15, n. 2, 2013, 87-101.

RODRIGUES, Theófilo Codeço Machado. “A Constituição de 1988 e a comunicação: história



de um processo inacabado de regulamentação”. *Mosaico*. Edição n. 7, ano IV, 2014.

SANTORO, Luiz Fernando. *A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil*. São Paulo, Summus Editorial, 1989.

SENNA, Orlando. “Relatório Seminário Nacional do Audiovisual”, 2002. Disponível em: <<http://www.cinebrasiltv.com.br/pdf/relatorio.pdf>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

SENNA, Orlando. “Orlando Senna diz ter deixado TV Brasil por discordar da gestão”. Folha de São Paulo on line, Folha Ilustrada, 17/06/2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2008/06/413423-orlando-senna-diz-ter-deixado-tv-brasil-por-discordar-da-gestao-leia-nota.shtml>>. Acesso em: 10 out. 15.

SILVA, Frederico A. Barbosa da et al. *Cultura viva: as práticas de pontos e pontões*. Brasília: Ipea, 2011.

SIMIS, Anita; MARSON, Melina.(2010). “Do cinema para o audiovisual. O que mudou?” In: Rumos Itaú Cultural. *Percepções: cinco questões sobre políticas culturais*. São Paulo: Itaú Cultural, 2010, p.21-33.

SIMIS, Anita. “A política cultural como política pública”. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas e BARBALHO, Alexandre (orgs.). *Políticas culturais no Brasil*. Salvador, EDUFBA, 2007.

SVARTMAN, Rosane. “A televisão em transformação... ou como o conteúdo colaborativo pode invadir a TV aberta”. In: XV Encontro Anual da Compós: Universidade Federal de Goiás, 2016.

UCHÔA, Sara Gonçalves. “Regionalização do Audiovisual: Pistas da política da Secretaria do Audiovisual (2003-2011)”. In: *Revista Movimento*. n. 7. dez. 2016, São Paulo.

VALENTE, Jonas. “TV pública no Brasil: a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira”. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

WILLIAMS, Raymond. *Television: Technology and Cultural Form*. London: Taylor & Francis e-Library, 2004 (1974).

#### **Entrevistas:**

ALEXANDRISKY, Davy. Entrevista por Skype gravada em áudio, 2017.

BARBOZA, Carol. Entrevista por Skype gravada em áudio, 2017.

BORGNETH, Mario, Entrevista dada à Roberta Perini, para projeto de Iniciação Científica com bolsa CNPq, orientado por Denise Tavares, em 14 de janeiro de 2012 (por Skype,

registrada em áudio).

COUTINHO, Marcelo. Entrevista por Skype gravada em áudio, 2017.

DIAS, Anna Flávia. Entrevista por *Facebook*, 2017.

NUNES, Juana. Entrevista por Skype gravada em áudio, 08/08/2016.

ROCHA, Janaina e SARAIVA, Leandro Rocha. Entrevista por Skype gravada em áudio, 15/06/2015.

ROCHA, Janaina e SARAIVA, Leandro Rocha. Entrevista por Skype gravada em áudio, 17/06/2015.

SARAIVA, Leandro. Entrevista por e-mail, 2014.

SARAIVA, Leandro. Entrevista presencial gravada em áudio, 2016.

SENNA, Orlando. Entrevista dada à Roberta Perini, para projeto de Iniciação Científica com bolsa CNPq, orientado por Denise Tavares, 28 de setembro de 2011 (gravada em vídeo).

SENNA, Orlando. Entrevista realizada por e-mail por Letícia Bandeira para projeto de Iniciação Científica com bolsa CNPq, orientado por Denise Tavares, 2013.

#### **Documentos:**

BRASIL, Decreto no 4.889, de 20/11/2003. Dá nova redação aos Anexos I e II do Decreto no 4.805, de 12 de agosto de 2003. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/2003/d4889.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/d4889.htm)>. Acesso em: 10 abr 2015

BRASIL. Anteprojeto de Lei que criaria a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (ANCINAV), 2004.

BRASIL, Secretaria do Audiovisual. “Relatório de Gestão da Secretaria do Audiovisual (Balanço de 2008 e perspectivas para 2009)”.

BRASIL, “Plano Nacional de Cultura” - PNC. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/l12343.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12343.htm)>. 2010. Acesso: 10 abr. 2016.

BRASIL. Ministério da Cultura. Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural – 2013. “Programa Cultura Viva – Documento Base”, São Paulo Brasília: Ministério da Cultura, julho de 2013.

BRASIL, “O que é a Política Nacional de Cultura Viva – PNCV?”. 2014. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br/cultura-viva1>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

BRASIL. “Relatório de Gestão da Secretaria do Audiovisual (2008 – 2010)”.

BRASIL. “Relatório da Empresa Brasil de Comunicação (2008 e 2009)”.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. “Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Acesso à Internet e à Televisão e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal”. Rio de Janeiro: IBGE, 2016.

## ANEXO - Ficha técnica do programa Ponto Brasil

### FICHA TÉCNICA DOS EPISÓDIOS DO PROGRAMA PONTO BRASIL

*Cidades. Brasil: 2009 / 26 min.*

1. DuRolo Filmes, Avesso Filmes, Contato, Cordão Cultural por Milho Verde, Cumbuca, Fábrica do Futuro, Labmídia Filmes/UFG, Laboratório de Filmes – Belo Horizonte/Milho Verde – MG | 2. Fundação Elias Mansour – FEM, NPD Usina de Arte João Donato, Samaúma Cinema e Vídeo – Rio Branco – AC | 3. Museu da Pessoa, Afrofuturismo, As Rutes, Corposinalizantes, Voz Livre - São Paulo – SP | 4. Roda Memória/Alma - Londrina – PR | 5. TV UFG, Balacobaco Cinema e Produções, COEPI, Fora da Lei, Magnifica Mundi, UEG Audiovisual - Goiania – GO | 6. Museu da Pessoa, Afrofuturismo, As Rutes, Corposinalizantes, Voz Livre - São Paulo – SP | 7. Fórum de Cultura de Niterói, Campus Avançado, Ação Animatógrapho, Alice Prepara o Gato, Bem TV, Cinema em Dia, Cinemaneiro, Me Vê na TV, Movimento Arte Jovem Brasileira, PADOP, Pop Goiaba - Niterói – RJ.

*Culpa. Brasil: 2009 / 26 min.*

1. TV OVO, Artestação, Catarse, Cineclube Lanterninha Aurélio, Quilombo do Sopapo – Santa Maria – RS | 2. NPD Orlando Vieira, Aperipê TV, Grupo Imbuca – Aracajú – SE | 3. TV UFG, Balacobaco Cinema & Produções, COEPI, Fora da Lei, Magnifica Mundi, UEG Audiovisual – Goiânia – GO | 4. DuRolo Filmes, Avesso Filmes, Contato, Cordão Cultural por Milho Verde, Cumbuca, Fábrica do Futuro, Labmídia Filmes/UFG, Laboratório de Filmes – Leopoldina/Vista Alegre – MG | 5. NPD Orlando Vieira, Aperipê TV, Grupo Imbuca – Aracajú – SE | 6. Casa das fases – Londrina – PR.

*Ensaio sobre a crise. Brasil: 2009 / 26 min.*

Produção colaborativa: Brigada de Audiovisual da Via Campesina, Comissão Pastoral da Terra, Comuna Urbana Dom Helder Câmara, Escola Florestan Fernandes, Estúdio do Latão (Companhia do Latão), Movimento Atingidos por Barragens, MST (com representantes de diversos os Estados) e Rede Cultural da Terra.

*Estar à toa.* Brasil: 2009 / 26 min.

1. Museu da Pessoa, Afrofuturismo, As Rutes, Corposinalizantes, Voz Livre - São Paulo – SP | 2. ABD – PB, Instituto Soma Brasil, Parai'wa, Piollin, UFPB – João Pessoa – PB | 3. CDTL, Cinema de Animação, Coco de Umbigada – Olinda – PE | 4. Escola Livre de Cinema de Nova Iguaçu, Laboratório Cítrico – Nova Iguaçu – RJ | 5. ABD – PB, Instituto Soma Brasil, Parai'wa, Piollin, UFPB – João Pessoa – PB | 6. NPD Orlando Vieira, ABD – SE, Aperipê TV, Casa curta SE, Grupo Imbuca – Aracajú – SE .

*Laços e nós.* Brasil: 2009 / 26 min.

1. DuRolo Filmes, Avesso Filmes, Contato, Cordão Cultural por Milho Verde, Cumbuca, Fábrica do Futuro, Labmídia Filmes/UFMG, Laboratório de Filmes – Belo Horizonte – MG | 2. DuRolo Filmes, Avesso Filmes, Contato, Cordão Cultural por Milho Verde, Cumbuca, Fábrica do Futuro, Labmídia Filmes/UFMG, Laboratório de Filmes – Belo Horizonte/Milho Verde/Diamantina – MG | 3. DuRolo Filmes, Avesso Filmes, Contato, Cordão Cultural por Milho Verde, Cumbuca, Fábrica do Futuro, Labmídia Filmes/UFMG, Laboratório de Filmes – Leopoldina – MG | 4. DuRolo Filmes, Avesso Filmes, Contato, Cordão Cultural por Milho Verde, Cumbuca, Fábrica do Futuro, Labmídia Filmes/UFMG, Laboratório de Filmes – Belo Horizonte/Milho Verde/Diamantina – MG | 5. Acartes, Escola de Artes, Grupo Acauã – Fortaleza/Itatinga – CE | 6. CEPEPO – Belém – PA | 7. TV OVO, Artestação, Catarse, Cineclube Lanterninha Aurélio, Quilombo do Sopapo – Santa Maria – RS.

*O Invisível.* Brasil: 2009 / 26 min.

1. DuRolo Filmes, Avesso Filmes, Contato, Cordão Cultural por Milho Verde, Cumbuca, Fábrica do Futuro, Labmídia Filmes/UFMG, Laboratório de Filmes – Belo Horizonte – MG | 2. DuRolo Filmes, Avesso Filmes, Contato, Cordão Cultural por Milho Verde, Cumbuca, Fábrica do Futuro, Labmídia Filmes/UFMG, Laboratório de Filmes – Belo Horizonte – MG | 3. Eletrocooperativa, APUS Filmes, DIMAS, Grãos de Luz e Griô, Terreiro Cultural – Salvador – BA | 4. Museu da Pessoa, Afrofuturismo, As Rutes, Corposinalizantes, Voz Livre - São Paulo – SP | 5. Casa da Videira, Minha Vila Filmo Eu – Cutitiba – PR | 6. Fórum de Cultura de Niterói, Campus Avançado, Ação Animatógrapho, Alice Prepara o Gato, Bem TV, Cinema em Dia, Cinemaneiro, Me Vê na TV, Movimento Arte Jovem Brasileira, PADOP, Pop Goiaba - Niterói – RJ | 7. DuRolo Filmes, Avesso Filmes, Contato, Cordão Cultural por Milho Verde,

Cumbuca, Fábrica do Futuro, Labmídia Filmes/UFMG, Laboratório de Filmes – Belo Horizonte – MG.

*Olhares Indígenas*. Brasil: 2009 / 26 min.

1. 'Academia Kuikuro' | 2 e 3. 'A gente luta mas come fruta' | 4. 'Nós e a cidade' | 5. 'O Monstro Kátpy Ro Sujareni' | 6. 'Kene' | 7. 'Troca de Olhares'.

*Ossos e ofícios*. Brasil: 2009 / 26 min.

1. TV UFG, Balacobaco Cinema e Produções, COEPI, Fora da Lei, Magnifica Mundi, UEG Audiovisual - Goiania – GO | 2. ABD – PB, Instituto Soma Brasil, Parai'wa, Piollin, UFPB – João Pessoa/Cabedelo – PB | 3. Rede[Aparelho] – Belém – PA | 4. TV OVO, Artestação, Catarse, Cineclubes Lanterninha Aurélio, Quilombo do Sopapo – Santa Maria – RS | 5. ABDeC – Belém – PA | 6. TV UFG, Balacobaco Cinema e Produções, COEPI, Fora da Lei, Magnifica Mundi, UEG Audiovisual - Goiania – GO.

*Retrato*. Brasil: 2009 / 26 min.

1. TV UFG – Goiânia – GO | 2. DuRolo Filmes, Averso Filmes, Contato, Cordão Cultural por Milho Verde, Cumbuca, Fábrica do Futuro, Labmídia Filmes/UFMG, Laboratório de Filmes – Belo Horizonte – MG | 3. TV UFG, Balacobaco Cinema e Produções, COEPI, Fora da Lei, Magnifica Mundi, UEG Audiovisual - Goiania – GO | 4. Fundação Elias Mansour – FEM, NPD Usina de Arte João Donato, Samaúma Cinema e Vídeo – Rio Branco – AC | 5. Fundação Elias Mansour – FEM, NPD Usina de Arte João Donato, Samaúma Cinema e Vídeo – Rio Branco – AC.

*Africanizar*. Brasil: 2009 / 26 min.

1. CDTL, Cinema de Animação, Coco de Umbigada – Olinda – PE | 2. Eletrocooperativa, APUS Filmes, DIMAS, Grãos de Luz e Griô - Lençóis – BA | 3. Eletrocooperativa, APUS Filmes, DIMAS, Grãos de Luz e Griô - Lençóis – BA | 4. Museu da Pessoa, Afrofuturismo, As Rutes, Corposinalizantes, Voz Livre - São Paulo – SP | 5. Eletrocooperativa, APUS Filmes, DIMAS – Salvador – BA.

*Animais*. Brasil: 2009 / 26 min.

1. DuRolo Filmes, Avesso Filmes, Contato, Cordão Cultural por Milho Verde, Cumbuca, Fábrica do Futuro, Labmídia Filmes/UFMG, Laboratório de Filmes – Belo Horizonte – MG | 2. DuRolo Filmes, Avesso Filmes, Contato, Cordão Cultural por Milho Verde, Cumbuca, Fábrica do Futuro, Labmídia Filmes/UFMG, Laboratório de Filmes – Belo Horizonte/Ataléia – MG | 3. ABD – PB, Instituto Soma Brasil, Parai'wa, Piollin, UFPB – João Pessoa – PB | 4. Produção colaborativa: NPD Orlando Vieira, Aperipê TV, Grupo Imbuca – Aracajú – SE | 5. CDTL, Cinema de Animação, Coco de Umbigada – Olinda – PE.

*Brincadeira.* Brasil: 2009 / 26 min.

1. Vila das Artes, Pontos de Cortes – Fortaleza – CE | 2. Vila das Artes, Pontos de Cortes – Fortaleza – CE | 3. Casa das fases, Cepiac, Kinoarte – Londrina - PR | 4. Escola de Cinema de Nova Iguaçu, Mate com Angú – Madureira/Duque de Caxias – RJ | 5. ABD – PB, Instituto Soma Brasil, Parai'wa, Piollin, UFPB – João Pessoa – PB | 6. Produção colaborativa: NPD Orlando Vieira, Aperipê TV, Grupo Imbuca – Aracajú – SE.

*Imagem e reflexo.* Brasil: 2009 / 26 min.

1. Casa das Fases, Cepiac, Kinoarte, Roda da Memória – Londrina – PR | 2 CDTL, Cinema de Animação, Coco de Umbigada – Olinda – PE | 3. Fórum de Cultura de Niterói, Cinemaneiro – Rio de Janeiro – RJ | 4. TV OVO, Artestação, Catarse, Cineclubes Lanterna Aurélio, Quilombo do Sopapo – Porto Alegre/Santa Maria – RS | 5. DuRolo Filmes, Avesso Filmes, Contato, Cordão Cultural por Milho Verde, Cumbuca, Fábrica do Futuro, Labmídia Filmes/UFMG, Laboratório de Filmes – Belo Horizonte – MG | 6. Escola Livre de Cinema de Nova Iguaçu, Circo Voador, Escola de Cinema Darcy Ribeiro – Rio de Janeiro – RJ | 7. Fórum de Cultura de Niterói, Campus Avançado, Ação Animatógrafo, Alice Prepara o Gato, Bem TV, Cinema em Dia, Cinemaneiro, Me Vê na TV, Movimento Arte Jovem Brasileira, PADOP, Pop Goiaba - Niterói – RJ.

## FICHA TÉCNICA GERAL DO PROGRAMA PONTO BRASIL

Criação de método colaborativo - Leandro Saraiva

Coordenação geral - Janaina Rocha e Leandro Saraiva

Coordenação de conteúdo - Anna Flávia Dias, Eduardo Benaim e Pedro Guimarães

Coordenação de produção - Carol Barboza e Paulo Tavares

Coordenação de vídeo - Daniel Prado e Marcelo Coutinho

Coordenação e finalização de áudio - Ben Charles

Coordenação de arquivo e equipamentos - Adonis Lucena

Edição e finalização - Adelson Barreto, Daniel Prado, Marcelo Coutinho e Wagner Caribé

Programação visual - Paula Ordonhes

Trilhas - Ben Charles

Assistência de coordenação - Dáugima Figueredo

Assistência de produção - Larissa Gomes

Assistência de arquivo - Édipo de Araújo

Site:

Arquitetura de navegação - Henrique Crasto e Marcelo Coutinho

Desenvolvimento de sistemas - Wendelmaques Pereira

Webdesign - Marcelo Coutinho