



## Liberal, Até Certo Ponto! Televisão, política e cultura no Pará

*Alexandre Barbalho\**, *Ana Paula Freitas\*\** y *Fabício de Mattos\*\*\**

### Resumo

O presente artigo discute a relação entre política, economia, comunicação e cultura, a partir do estudo de caso do “convênio” firmado entre um grupo privado de comunicação do Pará e a Fundação de Telecomunicações do Pará, FUNTELPA. Na primeira parte é feita uma análise dos termos do referido “convênio” e da lógica que norteou a política de comunicação do Governo do Pará entre os anos 1997 a 2006. Na segunda parte do artigo, se discute os recursos ideológicos que sustentaram o poder público e a empresa privada no estabelecimento do “convênio”. Por fim, ao analisar este caso, pretende-se compreender as relações de poder que permeiam a comunicação e a cultura, assim como os desafios para a construção da democracia na Amazônia contemporânea.

**Palabras clave:** Políticas de comunicação, cultura, democracia, espaços públicos, Amazônia.

---

Recibido: Abril 2010 • Aceptado: Julio 2010

\* Professor dos PPGs em Políticas Públicas e Sociedade da UECE e em Comunicação da UFC. Líder do Grupo de Estudos e Pesquisa em Políticas de Cultura e de Comunicação (Cult.Com) da UECE/CNPq. Coordenador do Grupo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania da Intercom. E-mail: alexandrebarbalho@hotmail.com

\*\* Graduada em Comunicação Social pela UFPA, mestranda do PPG em Políticas Públicas e Sociedade da UECE e membro do Cult.Com. E-mail: anapaula.freitas@gmail.com

\*\*\* Graduado em Comunicação Social pela UFPA, mestrando do PPPG em Políticas Públicas e Sociedade da UECE e membro Cult.Com. E-mail: fsdemattos@yahoo.com.br

*Liberal, ¡hasta cierto punto!  
Políticas de comunicación en la región  
amazónica: entre el Estado y el mercado*

**Resumen**

En este artículo se analiza la relación entre política, economía, comunicación y cultura, desde el estudio de caso del “acuerdo” firmado entre un grupo privado de comunicación y la Fundación Para Para Telecomunicaciones, FUNTELPA. La primera parte es un análisis de los términos del pacto “y la lógica que guió la política de comunicación del Gobierno de Pará, entre los años 1997 a 2006. En la segunda parte del artículo se describen los recursos ideológicos que sustentaban al gobierno y la empresa privada en el establecimiento de “alianza”. Por último, al examinar este caso trata de entender las relaciones de poder que impregnan la cultura y la comunicación, así como los desafíos a la construcción de la democracia contemporánea en el Amazonas.

**Palabras clave:** Políticas de comunicación, cultura, democracia, espacios públicos, Amazonas.

*Liberal, up to a Certain Point!  
Communication Policies in the Amazon  
Region: between the State and the Market*

**Abstract**

This article discusses the connections between politics, economy, communication and culture, based on a study of the “agreement” signed between a private telecommunications corporation in the State of Pará, TV LIBERAL, and the State Telecommunications Foundation (Fundação de Telecomunicações do Pará, FUNTELPA). The first part is an analysis of the terms of the pact and “the logic that guided communications policy for the government of Pará between 1997 and 2006.” The second part of the article describes the ideological resources that support the government and private enterprise in establishing an “alliance.” Finally, by examining this case, the study tries to understand the relations of power that permeate both culture and communication, as well as the challenges of constructing contemporary democracy in the Amazon.

**Key words:** Communication policies, culture, democracy, public sphere, Amazon.

O presente artigo analisa o “convênio”<sup>1</sup> firmado em 1997 entre o Governo do Pará, por meio da Fundação de Telecomunicações do Pará (FUNTELPA), e a TV Liberal (TVL - criada em 1976 e afiliada à Rede Globo), integrante de um dos maiores grupos privados de comunicação do estado, as Organizações Rômulo Maiorana (ORM), grupo familiar que reúne jornal impresso, rádio e televisão, entre outros empreendimentos.

A questão geradora de nossas reflexões é a da permanência, mesmo no retorno à democracia após vinte anos de regime militar, de relações patrimonialistas e clientelistas entre o poder público e o setor privado de comunicação. Sabemos que o caso analisado não é único e possui semelhanças com outros nos vários estados brasileiros, apesar das especificidades locais, estaduais ou regionais. No entanto, não se trata aqui de fazer inferências generalizáveis a partir de um estudo isolado. Nosso intuito é somar-se ao conjunto de trabalhos produzidos sobre o papel da comunicação e da cultura na economia e na política brasileiras.

Pensando sob a perspectiva da construção permanente da democracia, como coloca Bobbio (2000), e uma vez que a sociedade contemporânea é ambientada e estruturada pelo campo comunicacional, sustentamos que as políticas de comunicação devam atuar a favor da construção de espaços públicos democráticos. Ora, o que se observa no referido “convênio”, como se verá, é a restrição da participação cidadã, o que resulta em políticas de caráter exclusivista e mantenedoras de elites locais.

Ao ler os termos do “convênio”, debatidos sucintamente na primeira parte deste artigo, percebe-se a lógica que norteou a política de comunicação do Governo do Pará entre os anos 1997 a 2006: a de favorecimento de parte da elite amazônica, composta de empresários de comunicação e políticos, num processo hegemônico imbricado e complexo.

1 O relatório da Comissão de Inquérito Administrativo criada pelo governo Ana Júlia do Partido dos Trabalhadores (PT) e que em 2007 analisou o convênio concluiu que os termos com os quais foi elaborada a relação entre governo e empresa, na realidade, exigia um processo de licitação e um posterior contrato com a vencedora (Carneiro; Luna; Neto, 2007: 7). Com o resultado da Comissão, o governo decidiu anular o convênio e ingressar na justiça com pedido de ressarcimento aos cofres públicos. Por conta da inadequação jurídica do convênio, a palavra será usada entre aspas.

Na segunda parte, discutiremos os recursos ideológicos que sustentam o poder público e a empresa privada no estabelecimento do “convênio”, no momento em que um novo grupo político liderado por Almir Gabriel, um dos fundadores do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) no Pará, assume o governo do estado em 1995: o discurso do desenvolvimento fundamentado na construção identitária do “paraensismo”.

Portanto, não se trata aqui apenas de debater ou quantificar os prejuízos causados ao erário por conta do “convênio”, mas de observar questões fundamentais para o desenvolvimento e fortalecimento do atual processo democrático brasileiro.

## **1. Liberais, mas não tanto**

As bases do “convênio” que analisamos aqui se iniciaram em 1977 quando o Governo do Estado do Pará firmou pela primeira vez um contrato com a TVL que consistia num pagamento mensal que a FUNTELPA recebia da TV pela utilização de seus retransmissores em algumas localidades do interior do estado. Era assim que a empresa veiculava em algumas cidades no interior do estado sua programação local e regional, incluindo cobertura de eventos, jornalismo, notícias da região e dos municípios.

Além do pagamento mensal, a TVL repassava para a Fundação 1% de sua arrecadação publicitária veiculada nas cidades em que utilizasse os retransmissores. Havia também a obrigação por parte da emissora de veicular a programação da FUNTELPA na parte da manhã e divulgar os “assuntos de interesse do Governo do Estado”.

Desde esse momento inicial, mesmo havendo o pagamento pelo uso da infra-estrutura pública de retransmissão, ocorrem relações de favoritismo entre o poder público e a empresa privada que implicam em desvantagens para as outras empresas do setor atuantes no estado do Pará, bem como no estabelecimento de “assuntos de interesses comuns” entre as partes.

O que percebemos no Pará da segunda metade dos anos 70 é a reprodução no contexto estadual da lógica de beneficiamento que as Organizações Globo (OG), à qual a TV Liberal é afiliada, recebeu por parte do governo federal. Há uma imensa bibliografia que analisa o momento de criação da TV de Roberto Marinho em 1966, inclusive sobre sua relação

com o grupo Time-Life, que não cabe aqui revisar. No entanto, para entendermos o caso paraense, é necessário pontuar algumas considerações sobre o caso Globo.

As OG possuem, desde início, vantagens sobre possíveis concorrentes no mercado televisivo brasileiro. De um lado, como situa César Bolaño (2005), a estrutura estatal e seu instrumento de regulação em matéria de comunicação de massa se adequa aos interesses da empresa, inclusive estimulando a formação da rede nacional de televisão e estabelecendo um “padrão de acumulação excludente”.

Por outro lado, como herança de suas relações com o grupo estadunidense, a TV Globo desenvolve um padrão tecno-estético que não estava acessível a outras empresas brasileiras do setor. Padrão tecno-estético que, por sua vez, diminui ao máximo a aleatoriedade de seus produtos e impõe barreiras para a entrada de novos concorrentes, estabelecendo, no mercado televisivo brasileiro, um oligopólio, conforme a definição proposta por Bolaño: “uma espécie de estrutura de mercado que se caracteriza pela existência de importantes barreiras à entrada” (Bolaño, 1995:15).

O padrão Globo de qualidade, por sua vez, é estimulante para as suas afiliadas. A TVL divulga em seu endereço eletrônico que, na época de sua criação, possuía “o mais moderno equipamento de televisão existente no país” e o “novo padrão de qualidade” que implantou fez parte dos “momentos verdadeiramente históricos da televisão paraense”, de modo que “Belém e, pouco a pouco, o Estado do Pará, foram se habituando a um jeito novo de fazer televisão, sem perder o sotaque regional”<sup>2</sup>.

Se o contrato firmado em 1977 (um ano após a criação da TVL) parece ser juridicamente aceitável e os seus termos razoáveis, o mesmo não se pode dizer do “convênio” entre a FUNTELPA e a TVL que foi estabelecido em setembro de 1997, no governo de Almir Gabriel, filiado ao PSDB. Tanto que três meses depois, o jornalista e deputado federal do então Partido da Frente Liberal (PFL) Vic Pires Franco entrou com uma Ação Popular junto ao Tribunal de Justiça do Estado pedindo a sua nulidade.

E o que havia nessa nova peça jurídica? Podemos ter, de imediato, uma noção do desmando estabelecido no “convênio” por meio do tom do

2 Disponível em <http://www.tvliberal.com.br/>. Acessado em 12.jan.2010.

texto que a jornalista Ana Célia Pinheiro escreveu para a revista Caros Amigos e intitulado “Mamata de 30 mil com a Funtelpa pode acabar”:

Pelo convênio, o Governo paga à TV Liberal para que ela use as 78 repetidoras de propriedade do Estado, para transmitir a programação dela aos municípios do interior. Isso mesmo, o governo é quem paga, para que uma empresa privada utilize os bens públicos. Com isso, a Funtelpa - a instituição que é a “dona” desses equipamentos - tem de limitar a própria retransmissão à Região Metropolitana de Belém. Quer dizer: é como se você tivesse uma casa, precisasse dela para morar, mas fosse obrigado a alugá-la - e ainda tivesse de pagar ao inquilino (Pinheiro, 2008: 01).

Ou seja, se no contrato celebrado nos anos 70, a TV Liberal pagava ao Estado pelo aluguel de seus retransmissores, no formato de convênio, o Governo do Pará inverte os papéis, tornando-se ele próprio o locatário dos serviços da empresa privada, que continuava usando os retransmissores estatais! E mais: a programação da FUNTELPA ficou restrita à Belém, enquanto que a programação veiculada em 78 municípios (dos 143 que compõe o estado) seria gerada pela TVL até pelo menos junho de 2008.

A segunda cláusula do documento, publicado em 27 de outubro de 1997 no Diário Oficial do Estado do Pará, referente às obrigações das partes, prevê que a TVL deve, em “contrapartida” ao uso das repetidoras públicas, ceder inserções de propaganda institucional em sua programação diária ao Governo do Estado do Pará – inserções a serem exibidas no horário dos programas da TV Globo e que são indicados no corpo do texto: Jornal Nacional, Fantástico, Globo Ciência e Globo Rural. O objetivo expresso dos espaços publicitários “cedidos” ao Governo é o de divulgar as atividades da administração e as matérias de interesse do Pará.

Um detalhe: o material de interesse governamental a ser veiculado pela TVL deveria ser produzido pela Fundação, sem qualquer ônus para a TV. No entanto, era esta quem definia a qualidade técnica, o sistema e o formato, bem como as normas e os prazos a serem cumpridos pela FUNTELPA. A inversão dos valores (o setor privado usufruindo e determinando como deve funcionar a infra-estrutura pública) beira o realismo mágico quando se lê no “convênio” que a Fundação deve pagar à TV Liberal o valor mensal de R\$ 200.000,00, atualizado anualmente pelo IGP (Índice Geral de Preços).

Segundo o relatório da Comissão de Inquérito Administrativo, criada no início da gestão Ana Júlia Carepa (2007) e que analisou os termos do “convênio”, a fatura de pagamento que data de janeiro de 2007, correspondia à R\$ 461.097,47. Desde o início do “convênio” até esta data (jan.2007), somando-se o pagamento mensal efetuado pela FUNTELPA à TV LIBERAL aos gastos relativos à manutenção das estações retransmissoras de TV – que são de responsabilidade da Fundação – chega-se a mais de quarenta milhões de reais em gastos do Estado (Carneiro; Luna; Neto, 2007: 4-5).

Aqui cabe recorrer a Murilo César Ramos quando desenvolve uma atualização dos aparelhos privados de hegemonia analisados por Gramsci na primeira metade do século XX. Para Ramos, no início deste novo século, há uma nova hierarquia na capacidade de projeção de poder destes aparelhos. Não é o caso aqui de expormos todos eles, mas de destacar os que ocupam o topo hierárquico. Em primeiro lugar, está a Empresa, o “conjunto ideológico dos preceitos que conformam o que também chamamos de mercado” (Ramos, 2005: 64). Em segundo vem a Mídia, seguida pelo Grupo, ou seja, o “conjunto de associações pessoais que mais influenciam nossos comportamentos” (Ramos, 2005: 64) e pela Família.

Pois bem, analisando a configuração constituída em torno do “convênio”, podemos perceber a conjunção destes aparelhos de hegemonia, pois as Organizações Rômulo Maiorana, uma empresa familiar de comunicação, estava sustentando, e sendo sustentada, por um novo grupo que assumia o poder no Pará. Há, portanto, uma forte proximidade de interesses políticos, econômicos e culturais, como veremos a seguir, entre a principal rede de televisão do estado do Pará e o grupo que compunha o governo<sup>3</sup>.

3 Podemos discutir essa relação como transfiguração do “coronelismo” em “coronelismo eletrônico”, tal como fazem, por exemplo, Suzy dos Santos e Sérgio Capparelli (2005), mas não estamos convencidos que um conceito forjado para dar conta das relações de mandonismo de um Brasil rural baseado em relações de compadrio e interação face a face, onde o Estado era fraco, possa dar conta de um país de economia mais complexa, urbano, com organização sindical, inclusive no campo, e os governos federal, estadual e municipal minimamente estruturados. Talvez o conceito de “condomínio”, utilizado por Alberto Cavalcanti (1995), a partir das reflexões de Fernando Henrique Cardoso, possa ser mais esclarecedor. De todo modo, esse é um tema que não cabe aqui desenvolver.

Até aqui discutimos o suporte institucional da convergência de interesses entre o poder público paraense e a empresa privada ORM. Agora, precisamos nos deter sobre o conteúdo programático, ideológico, do “convênio”.

## **2. Estado, comunicação e cultura sob as ordens da integração amazônica**

Os objetivos do “convênio”, estabelecidos na cláusula primeira, indicam que a recepção pela FUNTELPA (nomeada como “receptora” e “retransmissora”) da programação produzida pela TVL (nomeada como “geradora”) tinha como objetivo alcançar “a maior integração da comunidade paraense quanto a seus problemas e suas aspirações”. O que ocorreria por meio do acompanhamento da Administração Estadual, de problemas gerais do Pará e de suas soluções possíveis, de reivindicações dos variados segmentos sociais e, finalmente, de numerosos temas de utilidade pública e conveniência para esta Unidade Federativa e seus jurisdicionados (Diário Oficial do Estado do Pará, 1997: 4).

Além disso, nesta cláusula, percebemos as premissas que dão sustentação à implementação do “convênio”: a lógica de integração do estado permeada por uma idéia de desenvolvimento econômico e cultural. Assim, a TV Liberal deve assegurar à FUNTELPA a divulgação de temas que “promovam a valorização das atividades econômicas, artísticas, culturais e científicas do Estado do Pará, com o objetivo de integrá-lo, preservando e estimulando o desenvolvimento da economia e da cultura paraense”. A geradora é entendida, no documento, como um “moderno dispositivo de comunicação” que proveria a comunidade paraense de informações sobre atividades e matérias de seu interesse, garantindo, portanto, “a integração de todos os segmentos da sociedade, no vasto território paraense, aos esforços dirigidos ao desenvolvimento do Estado” (Diário Oficial do Estado do Pará, 1997: 4).

Contudo, para termos uma compreensão mais ampla da lógica deste “convênio” é necessário ter em perspectiva os vários processos que conformam a realidade da região amazônica, em especial os que são elaborados a partir da “ideologia da integração” que pautou, e ainda pauta, a construção do imaginário coletivo sobre a região, percebida como uma “fronteira em movimento” (Velho, 1979).



A partir da inauguração, em 1959, da rodovia Belém-Brasília e, posteriormente, no período dos governos militares, a região Amazônica foi alvo de políticas públicas que a consideravam como área estratégica para o desenvolvimento econômico e a manutenção da soberania nacional. Segundo Fábio de Castro (2006), entre as várias estratégias de integração da Amazônia, estava a implantação de redes de integração geopolítica, tanto através de estradas, quanto por meio da implantação de sistema de transmissão televisivas e telefônicas.

No caso específico do sistema de transmissão, que nos interessa neste artigo, Fábio de Castro informa que, em três anos, foram implantados 5.110 km de linhas de transmissão, por sua vez, franqueados à Rede Globo. Exatamente o período em que foi celebrado o contrato entre o Governo do Estado do Pará e a TV Liberal.

A utilização por parte das OG da infra-estrutura pública na região amazônica remete à análise feita por Cassiano Simões e Fernando Mattos (2005) que aponta, no Brasil, a dubiedade de uma situação resultante de uma tradição de Estado forte, mas que na área de radiodifusão adotou um modelo liberal, onde o serviço é executado, principalmente, pela iniciativa pública, requerendo por parte do poder público uma atuação reguladora. Acontece que, por conta da referida tradição estatizante, não desenvolvemos um modelo regulador, inibido que foi pela situação esquizofrênica de um Estado ao mesmo tempo proprietário e responsável pela regulação.

O Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT) de 1962 que deveria ser o instrumento de regulação do Estado nunca funcionou de fato como tal, ou seja, regulando as ações da sociedade, do setor privado e do governo. Sua atuação se restringiu ao controle político, baseado, quase sempre, em relações clientelistas. Relações estas que beneficiaram a Rede Globo e, por decorrência, suas afiliadas, como o caso da TV Liberal.

Por sua vez, a celebração do “convênio” nos anos 90 basicamente “entrega” a rede pública de transmissão para um grupo privado, privilegiando, no processo de integração, a lógica de mercado. Some-se a isso, o fato de que as retransmissoras da Rede Globo produzem e transmitem pouca produção local, destinando a maior parte de sua programação aos programas da emissora nacional. E mesmo a pequena parcela de produção da TVL é voltada, basicamente, à região metropolitana de Belém, onde está seu centro jornalístico e publicitário.

Ainda assim, é possível afirmar que a TV Liberal desempenhou importante papel integrador durante os governos social-democratas no Pará, ao circular e fortalecer, por meio de seus programas locais e regionais, certa identidade amazônica, conhecida como paraensismo, mote da política cultural dos governos do PSDB<sup>4</sup>. Tal campanha recorria às inserções diárias de propaganda institucional garantidas nos termos do “convênio”.

Este contexto proporcionou aos políticos do PSDB e seus aliados uma larga vantagem em relação aos outros grupos políticos paraenses, porque, além de possuir a máquina administrativa do Estado, desfrutou, durante quase 10 anos, de uma publicidade contínua no estabelecimento daquilo que Castro denomina de a “moderna tradição amazônica”. Ou seja, um “fenômeno de vitalismo social” e um “tecido intersubjetivo de negociação de sentidos”, constituindo-se como uma “representação social coerente e disseminada, hoje, pelo espaço amazônico”, que, ao ganhar espaço midiático, é “incorporada pelo discurso político e, dessa maneira, vai se tornando assimilável, por uma vasta parcela do conjunto social” (Castro, 2005: 7)<sup>5</sup>.

- 4 Adaptando a terminologia gramsciana, podemos pensar o “paraensismo” como a afirmação da cultura popular-estadual, que não contradiz em nada a construção da identidade nacional por meio do nacional-popular, em um recurso político-cultural que vem sendo utilizado desde Vargas, com as devidas adaptações, até mesmo no Governo Lula. Trata-se, no fundo, da visão de um Homem e de uma Cultura universais na qual, a par das diversidades, prevalece a Unidade, a Identidade. Aqui, raras vezes há lugar para os conflitos de poder, para as diferenças. A esse respeito ver Barbalho (1998, 2007).
- 5 Com esse conceito, Castro faz uma referência implícita à discussão de Renato Ortiz (1989) sobre a relação entre mídia e identidade cultural nacional na elaboração da “moderna tradição brasileira”. Seria o caso de pesquisar se em outros estados brasileiros onde o PSDB assumiu o poder suas políticas culturais recorreram ao signo da modernização. Pelo menos no caso do Ceará, foi o que ocorreu com a tentativa de “modernizar a cultura local” promovendo indústrias culturais, com destaque para o audiovisual. A esse respeito ver Barbalho (2005).

### **3. Democracia, comunicação e cultura no Pará: apontamentos finais não conclusivos**

Partindo das informações presentes no texto do “convênio”, é bastante razoável supor que, durante esse período, em muitos municípios e localidades do estado do Pará, as pessoas que não tinham disponibilidade de comprar uma antena parabólica recebiam apenas o sinal da empresa e a tinham como fonte única de informação e entretenimento audiovisual. Sendo assim, também é razoável pensar num certo monopólio de significados difundidos pela retransmissora.

Num trabalho recente, Néstor García Canclini afirma que os meios de comunicação são os principais formadores dos imaginários sociais na contemporaneidade, assim como são predominantes na formação das esferas públicas e da cidadania. Portanto, para além de uma visão estadista ou protecionista de cultura, é necessário articular as demandas sociais com os aparatos comunicacionais presentes no entorno social de modo a democratizar “la selección de lo que va a circular o no, de quiénes y con qué recursos se relacionarán con la cultura, quiénes decidirán lo que entra o no en la agenda pública” (Canclini, 2001: 08).

Assim, uma política de comunicação eficiente, que realmente visasse “a maior integração da comunidade paraense quanto a seus problemas e suas aspirações”, como se encontra no “convênio”, deveria ser pautada na possibilidade de ampliação e no aprofundamento de espaços públicos alternativos, e não na sua restrição e monopolização a partir da circularidade de um único discurso midiático.

Um posicionamento de viés mais democrático pensa a mídia como espaço que deve ser disputado, partindo de pressupostos de politização da cultura, que reverberariam do e no tecido social. No entanto, o que observamos é que o espaço público-midiático que se desenvolve a partir do “convênio” analisado é um espaço restrito e direcionado, onde as leis dos mercados econômico, político e cultural passam a ser os reguladores sociais.

O caso paraense corresponde, em larga medida, ao que Evelina Dagnino conceitua como “autoritarismo social” que “engendra formas de sociabilidade numa cultura autoritária de exclusão que subjaz ao conjunto das práticas sociais e reproduz a desigualdade nas relações sociais em todos os seus níveis” (Dagnino, 1994:104-105). O “convênio”, portanto, é uma mostra de como se expressa na realidade paraense, brasilei-

ra, o autoritarismo social constituído desde a colonização e baseado na experiência da dominação e da violência. Acrescentando a essas relações sociais, no caso da Amazônia, uma vivência de isolamento e exclusão, também constituinte das bases das relações de poder em sua sociedade. Observa-se que, recorrentemente, tanto nas políticas públicas, quanto na lógica do mercado, a região é tratada simplesmente como objeto de lucro e interesses privados, mesmo que seja por uma reutilização de velhas argumentações inseridas do binômio “desenvolvimento e integração” e na lógica identitária.

Superar esse traço autoritário torna-se um dado fundamental para uma democratização efetiva da sociedade, da política e das relações de poder. O que se coloca para a gestão do PT que sucede ao grupo político do PSDB no governo do Pará é justamente esse desafio. Não cabe aqui uma análise da política de comunicação e de cultura do Governo Ana Júlia, mas não podemos encerrar este artigo sem apontar alguns de seus elementos, como forma de provocação para a continuação do debate/embate.

Fábio Castro, que foi Secretário de Estado de Comunicação do Pará entre 2007 e 2009, afirma que a política de comunicação do governo Ana Júlia tem quatro eixos:

- a) Enfrentamento do oligopólio Rede Globo / ORM, que, no plano político, se traduz pelo enfrentamento PSDB / DEM, com várias variáveis, colocadas em cada plano da produção de comunicação: das agências de publicidades às empresas gráficas. Essa política foi abandonada no ano passado em função de nova pactuação política e novo alinhamento do governo com o grupo ORM, alinhamento esse que, no entanto, não revê os avanços feitos na questão do convênio.
- b) Fortalecimento da estrutura de transmissão da tv pública, por meio de aquisição de equipamentos transmissores e sua instalação de cerca de 50 municípios (dos 114) do estado, melhoria do sinal e construção do novo prédio da Funtelpa.
- c) Política de comunicação popular, construída por meio de diversos projetos e editais, visando a formação de cerca de 2 mil comunicadores sociais, apoio às rádios comunitárias e difusão de uma perspectiva crítica sobre a comunicação.

- d) Política de inclusão digital, por meio do projeto NavegaPará, que instalou uma rede de conexão por fibra óptica com 1.500 km – em parceria com a Eletronorte – telecentros em cerca de 300 escolas e em mais de 50 comunidades e implantação de 12 cidades digitais até 2010<sup>6</sup>.

O que podemos dizer sobre o atual governo, em relação ao contexto herdado dos governos anteriores? O depoimento de Castro sinaliza alguns avanços e retrocessos. Cabe a futuras análises observar a efetividade dos avanços e como se encontram o retrocessos.

## Referências

- Barbalho, Alexandre (2007). Políticas culturais no Brasil: identidade e diversidade sem diferença. In: Barbalho, Alexandre; Rubim, Albino. (org). **Políticas culturais no Brasil**. Salvador, UFBA, pp. 37-70.
- \_\_\_\_\_. (2005). A modernização da cultura: Políticas para o audiovisual nos Governos Tasso Jereissati e Ciro Gomes, Fortaleza, UFC.
- \_\_\_\_\_. (1998). Relações entre Estado e cultura no Brasil, Ijuí, Unijuí.
- Bobbio, Norberto (2000). **Futuro da Democracia: uma defesa das Regras do Jogo**, Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- Bolanõ, César (2005). Mercado brasileiro de televisão, 40 anos depois. In: Bolaño, César; Brittos, Valério. (org). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo, Paulus, pp. 19-34.
- \_\_\_\_\_. (1995). Economia e televisão: Uma teoria necessária. In: Bolaño, César. (org). **Economia política das telecomunicações, da informação e da comunicação**. São Paulo: Intercom, pp. 09-38.
- Canclini, Néstor García (2001). Porque legislar sobre industrias culturales. **Revista Nueva Sociedad**. México: Septiembre-Octubro. Disponível em: <http://www.cholonautas.edu.pe/biblioteca.php>. (Acessado em 2008, Julho 21).
- Castro, Fábio (2005). **A encenação das identidades na Amazônia contemporânea**, *Papers* do Laboratório de Sociomorfologia, Belém, UFPA.
- \_\_\_\_\_. (2006). **Reorganizações identitárias na Amazônia brasileira**, *Papers* do Laboratório de Sociomorfologia, Belém, UFPA.

6 Entrevista concedida aos autores pela internet em 28.jan.2010.

- Carneiro, R.; Luna, A.; Neto, M. (2007). **Relatório da Comissão Processante**. Disponível em: [http://www.pa.gov.br/downloads/RELATORIO\\_FUNTELEPA.pdf](http://www.pa.gov.br/downloads/RELATORIO_FUNTELEPA.pdf). (Acessado em 2008, abril 03).
- Cavalcanti, Alberto (2005). Imprensa e Estado no Brasil: da subvenção ao condomínio. In: Bolaño, César. (org). **Economia política das telecomunicações, da informação e da comunicação**. São Paulo, Intercom, pp. 91-124.
- Dagnino, Evelina (1994). **Anos 90: Política e sociedade no Brasil**, São Paulo, Brasiliense.
- Diário Oficial do Estado do Pará**, 27 de outubro de 1997, Caderno 1.
- Ortiz, Renato (1989). *A moderna tradição brasileira*, São Paulo, Brasiliense.
- Pinheiro, Ana Célia (2007). **Tv Liberal: Mamata de 30 milhões com a Funtel-pa pode acabar**. In: *Caros Amigos on line*. Disponível em: [http://carosamigos.terra.com.br/nova/novas\\_2007\\_01\\_10.asp](http://carosamigos.terra.com.br/nova/novas_2007_01_10.asp) (Acessado em: 2008, Maio 30).
- Ramos, Murilo César (2005). A força de um aparelho privado de hegemonia. In: Bolaño, César; Brittos, Valéria. (org). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo, Paulus, pp. 57-76.
- Santos, Suzy dos; Capparelli, Sérgio (2005). Coronelismo, radiodifusão e voto: A nova fase de um velho conceito. In: Bolaño, César; Brittos, Valério. (org). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**, São Paulo, Paulus, pp. 77-102.
- Simões, Cassiano e Mattos, Fernando (2005). Elementos histórico-regulatórios da televisão brasileira. In: Bolaño, C.; Brittos, V. (org). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo, Paulus, pp. 35-55.
- Velho, Otávio (1979). *Capitalismo autoritário e campesinato: Um estudo comparativo a partir da fronteira em movimento*, São Paulo, DIFEL.