

**SÉRGIO MATTOS (Org.)**

**Televisão e Cultura  
No Brasil  
E na Alemanha**

Edições GRD – São Paulo, SP  
Instituto Cultural Brasil Alemanha- Salvador, BA  
1997

© 1977 by ICBA – Instituto Cultural Brasil Alemanha.

Todos os direitos reservados. Foi feito o depósito legal.

Capa: Reinaldo Gonzaga  
Editoração: Edições Ianamá  
Digitação: Iloma Sales Araújo  
Revisão: Luciene de Melo Ponte

T269	Mattos, Sérgio (Org.) Televisão e Cultura no Brasil e na Alemanha: Sérgio Mattos (org.) - Apresentações no Seminário “Cultura e Política na Televisão do Brasil e da Alemanha”, em Salvador, de 9 a 14 de maio de 1994 / São Paulo: Edições GRD. – Salvador: ICBA – Instituto Cultural Brasil Alemanha/ 1997. 150 p, 21cm  1. Comunicação de massa – Alemanha. 2.- Comunicação de massa - Brasil. 3. Televisão – Alemanha. 4. Televisão –Brasil. I.Mattos, Sérgio (org.).  CDD 384.55 CDU 659.3 (430) 659.3 (81)
------	--

**Gumercindo Rocha Dorea F Ind.**

Rua 13 de maio , 363 – CEP 01327-020

São Paulo, SP. Tel.: (011)277-9616

Instituto Cultural Brasil Alemanha (ICBA-Bahia)

Av. Sete de Setembro, 1.809, Vitória – CEP 40080-002

Salvador, BA. Tel.: (071)337- 0121 e 337- 0120.

## Sumário

APRESENTAÇÃO	
Roland Schaffner .....	7

INTRODUÇÃO	
Sérgio Mattos .....	11

### Capítulo 1 PÚBLICO-ALVO DA CULTURA NA TV: MINORIAS OU AUDIÊNCIAS EM MASSA?

Política cultural na televisão alemã	
Dirk Kaemper .....	19
Programas culturais na TV comercial brasileira	
Carlos Libório .....	29
Comentários	
Vera Martins .....	48
Debates do dia 12 de maio de 1994 .....	54

### Capítulo 2 JORNALISMO CULTURAL E PRODUÇÃO CULTURAL: CRITÉRIOS DE SELEÇÃO E DE TRANSMISSÃO

O processo de comunicação da televisão	
Dirk Kaemper .....	77
O jornalismo na televisão	
Washington de Sousa Filho .....	84
Comentários	
Vera Martins .....	95

Debates do dia 13 de maio de 1994 .....	100
---	-----

Capítulo 3  
MÍDIA IMPRESSA E MÍDIA ELETRÔNICA:  
POLÍTICA ATUAL E REFLEXO CULTURAL

Cultura e política na mídia alemã Dirk Kaemper .....	101
Interatividade e desenvolvimento das mídias no Brasil Sérgio Mattos .....	118
Comentários Washington de Sousa Filho .....	130
Debates do dia 14 de maio de 1994 .....	135
PARTICIPANTES: QUEM É QUEM .....	145

## **Apresentação**

*Cultura é o ser humano do homem.*  
George Lukács

*É a cultura, de fato, que constitui a fonte e a finalidade do desenvolvimento... ela é a linguagem, reflexão, inovação, criação, capacidade crítica e ação exercida sobre o mundo.*  
Javier Pérez de Cuéllar

*O novo discurso cultural do mercado substituiu o conceito do cidadão pelo conceito do consumidor.*  
Machael Tracy

## **Apresentação**

Roland Schaffner

A comercialização crescente – iludidamente denominada globalização – de todas as esferas sociais, tutela também a televisão.

Televisão como meio dominante de informação e entretenimento tem implicitamente um encargo educativo e cultural, já amplamente pervertido.

O seminário aqui parcialmente documentado destinou-se a discutir as formas e os conteúdos culturais transmitidos pela televisão na Alemanha e no Brasil. Os conferencistas concentraram-se na questão fundamental: de que maneira os fenômenos e produtos de cultura “autêntica” podem e devem chegar ao público através do televisor. Este *focus* temático levou os debates consequentemente a questionar o caráter “cultural” da própria televisão.

Este seminário só pôde esboçar algumas questões centrais, esperando incentivar uma continuação e um aprofundamento dos debates entre o público baiano que engajado e dedicadamente acompanhou as argumentações e análises dos exemplos televisivos apresentados. Esperava-se até sensibilizar um pouco mais a responsabilidade político-cultural dos profissionais de TV.

Merecem agradecimentos especiais o prof. Sérgio Mattos pelo preparo escrupuloso e a coordenação habilidosa do seminário, como também o jornalista cultural da TV alemã Dirk Kaemper pelas reflexões bem pesquisadas e conceitos inovativos.



# **INTRODUÇÃO**





## **Introdução**

Sérgio Mattos

Com a automação industrial, resultado dos avanços tecnológicos, passamos a viver o que pode ser denominado de uma nova fase evolutiva. Somos integrantes da nova sociedade da informática, que passou a ditar os modelos, normas e hábitos sociais que já começam a provocar mudanças e transformações em todos os setores da vida humana.

A sociedade da informática é responsável pela produção, coleta, elaboração e distribuição de informações, através da microeletrônica, semicondutores, computadores e, principalmente, pela sociedade da mídia, seja ela impressa ou eletrônica. Como parte da sociedade da informática, os veículos de comunicação de massa, dentre os quais a televisão se destaca, caracterizam-se como os elementos de maior significado cultural e político desta era, notadamente pela capacidade que possuem de influenciar na formação da consciência, tanto particular quanto pública. Isto porque é através dos veículos de comunicação que se processa a circulação das informações, que se dá a formação da opinião pública, que se propaga a cultura ideológica e se forma a identidade cultural das nações. E esta identidade político-cultural de cada país está sendo cada vez mais determinada, junto à opinião pública internacional, pela capacidade de produção da sua indústria cultural (principalmente pela capacidade de produção da indústria cinematográfica e da indústria televisiva).

Vale ressaltar que os modernos conceitos de cultura e de televisão não podem ser considerados como antagônicos, apesar da insistência de alguns, por causa da influência inegável que a televisão tem exercido sobre a história cultural de todos os países. A televisão assumiu a liderança entre os veículos de entretenimento e, em alguns países, como no Brasil, é a principal fonte de informação, senão a única, da maioria da população. Pela sua capacidade de disseminar informações e de atingir grandes audiências, a televisão se transformou numa das mais efetivas fontes de produção cultural de cada nação.

Com o processo acelerado da globalização, uma nova ordem de informação está contribuindo para acirrar a concorrência, estimulando simultaneamente uma maior diversificação e segmentação de mercados para as indústrias cinematográfica e televisiva. Este processo de internacionalização da televisão tem provocado uma concorrência cada vez maior entre as emissoras de direito público e as emissoras comerciais, exigindo a adoção de novas políticas culturais para a mídia.

Foi com o objetivo de debater esta realidade que a Universidade Federal da Bahia, através da Pró-Reitoria de Extensão e do Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação, decidiu, juntamente com o ICBA – Instituto Cultural Brasil Alemanha –, promover o seminário intitulado “Cultura e Política e Política Cultural na Televisão do Brasil e da Alemanha” e que, sob minha coordenação e do Dr. Roland Schaffner, diretor do ICBA, foi levado a efeito no período de 9 a 14 de maio de 1994. Durante uma semana, com mais de 25 horas de exposições, depoimentos de profissionais brasileiros e alemães, seguidos de debates e exibição de vídeos exemplificativos, buscou-se conhecer e comparar os sistemas televisivos do Brasil e da Alemanha. A cultura e a política na televisão e a

política cultural dos dois países, bem como o desenvolvimento e o relacionamento dos meios de comunicação foram debatidos e comparados, deixando um saldo positivo de informações. Naturalmente, informações não-conclusivas, mas de extrema importância para o acúmulo de conhecimentos sobre os sistemas televisivos dos dois países e que nos abrem perspectivas para entender melhor a evolução, a participação e as influências socioculturais deste veículo tão importante que é a televisão.

Lamentavelmente, este livro não reproduz todo o material gravado no seminário, uma vez que as fitas dos primeiros dias, quando foi discutida a política na televisão, foram extraviadas. Entretanto, considerando a importância do conteúdo das fitas recuperadas, exatamente a metade delas, que trata da parte cultural, decidimos editar este volume, contendo uma visão perfeita dos trabalhos apresentados nos três últimos dias do seminário, mais precisamente, 12, 13 e 14 de maio de 1994.

As diferenças culturais e as diferenças da evolução dos sistemas televisivos dos dois países são claras, permitindo-nos identificar seus respectivos pontos positivos e negativos.

Reunindo todas as exposições e debates realizados nos três últimos dias do seminário, pretendemos dar uma contribuição aos estudos sobre a televisão, permitindo ao leitor, inclusive, inferir e tirar suas próprias conclusões sobre, por exemplo, se o sistema de televisão de direito público (exemplo alemão) é melhor do que o sistema comercial (exemplo brasileiro); se o conceito de programação cultural da televisão pública da Alemanha é melhor que a programação cultural da TV comercial brasileira, e assim por diante.

O leitor poderá, também, ser instigado a responder outros questionamentos tais como: qual é a política cultural de cada um dos dois países para a televisão? A concorrência frenética pela maior audiência

prejudica o produto final da TV ou os lucros obtidos ajudam a produzir programas mais competitivos e de melhor qualidade técnica? Perguntas como estas ficam no ar e merecem uma atenção mais aprofundada, que esperamos seja motivo de novos estudos ou seminários, como este, visando esclarecer esses pontos.

Enfim, esta introdução é apenas um convite ao leitor (seja ele um profissional da comunicação, um estudioso dos veículos de massa ou um consumidor dos conteúdos televisivos), para que leia as informações aqui contidas e comece a descobrir como a televisão se transformou no maior meio de informação de entretenimento da atualidade e como interfere na produção cultural de um país. Como cidadãos, participantes que somos da nova sociedade da informática, precisamos procurar entender como a transmissão de informações pelos veículos de comunicação atua na formação da consciência, tanto dos indivíduos como das instituições, sejam públicas ou privadas.

Salvador, maio de 1997.

Capítulo 1

**Público-alvo da cultura na TV:  
Minorias ou audiências em massa?**

Conferencistas: Dirk Kaemper e Carlos Libório  
Debatedor: Vera Martins  
Moderador: Sérgio Mattos



## **Política cultural na televisão alemã\***

Dirk Kaemper

### **CULTURA NA TV: INFORMAÇÃO, EDUCAÇÃO, DIVERTIMENTO**

#### Delimitação do conceito “cultura na TV”

Sem uma ampla discussão do conceito da cultura, inicialmente intenta-se uma redução do espectro do tema. Muito menos ampla que a vastíssima definição “a própria TV é cultura”. Portanto, neste seminário empregaremos uma definição de “cultura na TV”, que toma como referência um conceito que se apóia nos gêneros clássicos do teatro, artes plásticas, literatura etc. na TV.

As definições que extrapolam esse âmbito restrito surgirão e serão trabalhadas no contexto do seminário, nos próximos dias, como, por exemplo, o conceito de “televisai cultural” e de “cultura do dia-a-dia na TV”.

Quando da concessão do rádio privado na Alemanha, em inícios dos anos 80, já se previa que seria mínima a participação cultural no programa irradiado. No caso das emissoras de TV de direito público, determinou-se também uma participação obrigatória de cultura, ao serem concedidas as

*(\*) Conforme tradução simultânea e gravação.*



freqüências. Essas emissoras trabalham segundo o “princípio do produtor” e mostram uma espécie descompromissada de cultura na TV, que dá nova vida à paisagem televisiva. Como exemplo disto podemos citar a edição tardia de um programa sobre o 65º aniversário de Heiner Mueller. Este é um exemplo de produção extremamente formal, montagem descompromissada com utilização de música *heavy metal*, entremeada com entrevista de Heiner Mueller sobre o tema “tanques”. Este programa cultural de Alexander Kluge foi inserido na televisai privada RTL Plus.

[*Foi exibido trecho do programa*]

A realidade atual prova que os temores eram justos, que a cultura não desempenhará nenhum papel no campo privado. Mesmo se houve rudimentos hesitantes, hoje não resta nada de cultura na televisão privada (alemã), com exceção dos “produtores embutidos” que, porém, por isso mesmo, não podem ser computados na televisão privada, que trabalha exclusivamente ao sabor do mercado. Exemplo disso é o programa “Avanti”, contribuição sobre *cheerleaders* em Hollywood, cadenciada por um moderador cantando, com um nariz de papelão, como exemplo de uma concepção que ainda tem no título a palavra “cultura”, mas propõe-se ao divertimento e ultrapassa há muito os limites do espírito do tempo.

A luta da televisão de direito público contra a concorrência da televisão privada é alimentada com a arma dos índices de audiência.

E, embora haja, em princípio, a obrigatoriedade da cultura na TV, justamente os programas com baixos níveis de audiência entraram no fogo cruzado da crítica.

[*A título de exemplo foi exibida uma reportagem cultural sobre cyberspace, arte e mídia eletrônica para demonstrar uma contribuição cultural na televisão de direito público*].

Desde a concessão das emissoras privadas existe a participação da cultura na TV, principalmente nos programas de variedades culturais. Isto é, os canais que antes transmitiam séries e documentários tornaram-se mais raros, substituindo programações curtas, mas acentuadamente atuais, com uma duração de três a cinco minutos no máximo.

### Breve histórico

A televisão de direito público na RFA é obrigada a oferecer informação, divertimento e educação e com isso também eventos culturais; mas, essa obrigatoriedade é vagamente definida.

Desde o início, a “cultua na TV” foi fixamente situada nos campos da educação e da r e, com isso, considerada a clássica televisão antípoda do campo “divertimento”. Tais delimitações claras não foram cunhadas pela TV, mas foram manifestadas por sua adaptação (baseadas no contexto cultural histórico da Alemanha). Até a disputa por índices de audiência pela concorrência da televisão privada não era problema essencial para a cultura na TV. Hoje, a tentativa de uma superação dessa “contraposição” é a questão mais discutida nas redações culturais.

[ *Foram exibidos filmes de programas culturais transmitidos pela televisão de direito público antes do advento da televisão comercial. Um dos exemplos, o programa cultural “Spectra”, de 1966, onde o cenário é formal, o texto complicado, quase uma preleção universitária, e um filme sobre uma exposição da cultua alemã no exílio. No mesmo programa está inserida a apresentação sobre a recente inauguração de um hospital. ]*

Nestes exemplos exibidos aqui evidencia-se, de modo extremo, como são transpostos quase literalmente os compromissos legais de “informação e educação”.

Uma ampliação do conceito de cultura, a intromissão também na política, a renúncia a pretensões educativas de até então e o elevado teor de divertimento são os caminhos trilhados que caracterizam, no momento, a cultura na TV.

## Cultura na TV

A forma mais alvissareira de assegurar seu posto à “cultura na TV” consiste nos próprios canais culturais que, entretanto, são instalados com transmissão via satélite ou canais a cabo e só em parte podem ser captados na Terra (falta de alcance). A primeira tentativa frustrou-se (canal cultural 1 Plus da ARD, paralisado em fins de 1993). O canal cultural 3 SAT trabalha segundo um princípio similar como substituto; as instituições co-participantes ARD, ZDF (Alemanha) e ORF (Áustria) mostram principalmente programas já emitidos.

O melhor que a cultura na TV tem a oferecer no momento é a cooperação franco-alemã SARTE; com um perfil próprio e marcante, alta participação na autoprodução e uma perspectiva européia.

[ *A título de exemplos desta co-produção, foram exibidos filmes, tais como um documentário inovador sobre Lindsay Kemp, um dançarino homossexual, uma produção de vídeo excepcional e altamente pretensiosa no âmbito de uma noite de “arte vídeo” em ARTE. ]*

A ampliação do conceito de cultura para a TV ganha novas dimensões, principalmente porque um canal cultural puro e exclusivo não tem premência de tempo, um fator problemático e essencial da televisão cultural de hoje. Um documentário de 45 minutos sobre um campeão mundial de

esqui [ *“Os Girardellis: retrato do esquiador campeão mundial, de Luxemburgo”, também exibido no seminário* ] que tem êxito, pode se tornar plausível porque isso também é parte da cultura, do mesmo modo que um vídeo sobre o dançarino homossexual é uma obra de arte.

Origem, objetivos e esquema dos programas de arte são portanto esclarecidos, em rápido espaço de tempo.

Cultura na TV, para quem?

Dando sequência à discussão sobre os índices de audiência, dever-se-ia aprofundar a questão sobre para quem é de interesse a cultura na televisão, para quem ela é pensada e por quem ela é consumida em realidade.

Assim, temos dois problemas básicos: (1) uma forma de cultura que, por sua obviedade, não se mostra atraente para a massa (como fazem hoje, por exemplo, muitos organizadores de exposições no campo das artes plásticas), deve ser preparada justamente para uma mídia que se dirija a esse público de massa; (2) a incompatibilidade da cultura de elite para o público de massa da televisão.

Vamos exibir agora dois filmes, sendo que o segundo representa a tentativa de encontrar uma forma específica e televisiva de aproximação ao primeiro exemplo.

O primeiro filme, “Granja de musicista” (“Musikan-tenstahl”), da ARD, é uma emissão de música popular, no horário nobre, sábado à noite, às 20h15min, com alto índice de audiência. Trata-se de exemplo extremo de uma emissão com o maior interesse quantitativo dos espectadores na Alemanha, no campo de divertimento, ou, respectivamente, televisão como

relaxamento.

O segundo, “Kniestüeck III”, produção de vídeo mostrada no Festival de Curta Metragem de Oberhausen; transposição com truques de técnica do tema “Schuhplattler” (sapateado, dança bávara e tirolesa). Uma tentativa bem sucedida da técnica de vídeo, com o objetivo de transpor cultura popular e folclórica, próxima do povo, com mídia eletrônica; mostrada em “variedades culturais” com muito pouco interesse dos espectadores.

Para quem fazem televisão?

Numa pesquisa realizada em 1991, na República Federal Alemã, pela ARD e ZDF, levantou-se exatamente a questão sobre a base de telespectadores da cultura na TV. O resultado foi: 12,6% de todos os telespectadores podem ser computados como público básico, com alta pretensão de qualidade e hábitos seletivos (esse público é semelhante ao que frequenta eventos culturais como teatro, filme, exposições etc.); 31,2% são telespectadores ocasionais, isto é, um público basicamente interessado, mas muito menos seletivo; 45% constituem um “público orientado para o divertimento”; e 11,1% são um “público desinteressado por cultura”.

O estudo chegou à conclusão de que a televisão cultural é e tem que ser um programa de minorias (índices de até 13%); segundo esse levantamento é possível (e necessário) um justo distanciamento do fetichismo dos índices de audiência. Assim, “para a concepção desses programas não se pode tomar como critério a demanda, mas sim, ao contrário, uma orientação da oferta”.

*[Neste momento foi exibido um programa completo de variedades culturais, apresentando a seguinte sequência: a morte de Werner Schuab, retrato oficial de um*

*jovem diretor de teatro; filmes da época do nazismo, que podem ser requisitados em videotecas alemãs; “Munique, capital do movimento”, crítica a uma exposição sobre a capital bávara na época do nazismo; resenha de uma exposição com o título “Sobreviver” – tema: a ameaça existencial da humanidade e sua transposição artística; retrato do artista Horst Glaesker (pintor contemporâneo), “Schamane” (feiticeiro) e artistas de performance; notícias sobre eventos; retrato do ator de teatro, cinema e televisão Michael Rehberg; moderação e apresentação de um grupo pop conhecido na área, “Thekenschlampen” (“Os desleixados da taverna”), feito de modo relaxado e desarticulado, imitando o MTV e o VIVA (a emissora alemã de música semelhante à MTV.)]*

O bloco aqui exibido é exemplo da forma típica de como a cultura na TV é hoje predominantemente apresentada e transposta.

Com base nesse bloco de emissões, deve-se esclarecer que a realidade atual da cultura na TV na Alemanha leva em conta os resultados das pesquisas de opinião sobre a mídia. Uma análise tanto das apresentações isoladas como de seu agrupamento mostra que não se leva em conta os telespectadores com pretensões elevadas, mas sim o grupo quantitativamente muito mais numeroso dos “telespectadores ocasionais”.

De modo geral, com referência ao bloco de emissões, os caminhos que determinam a imagem de hoje, principalmente das “variedades culturais”, e que podem ser englobados sob o conceito “popularização da cultura” na televisão são os seguintes:

a) ampliação do conceito de cultura além dos parâmetros clássicos em direção a temas culturais da atualidade, com base na premissa de que “isso interessa a uma massa mais numerosa de espectadores”;

b) apresentação de formas modificadas, isto é, uma forma corrente e, em geral, desleixada;

c) modificação da estética de imagem com maior dinamismo no trato com maior dinamismo no trato com a câmera e nos corte; com isso, a contribuição das “variedades” ganhou imensamente em velocidade. Isto partindo-se do pressuposto de que uma dinâmica mais elevada é responsável também por um interesse mais elevado dos telespectadores;

d) escolha do tema; nem sempre se procura ver a relevância de um tema no contexto cultural, sobre o qual apenas se reflete, na melhor das hipóteses reproduz-se visando a um suposto interesse do espectador (em casos extremos, uma exposição importante com uma temática complexa pode ser sacrificada em favor de uma apresentação cultural de música jovem, antes com caráter de divertimento).

Ao lado da análise da configuração das apresentações isoladas, surge uma questão: será que dessa forma específica de intromissão não resultaria um perfil sem nitidez que, como consequência, nem satisfaria as necessidades dos espectadores centrais nem as dos espectadores ocasionais?

A solução, em minha opinião, está numa estrutura básica, como a que foi proposta em 1986 pelo intendente da ZDF, Dieter Stolte. São necessárias duas ofertas culturais que se complementam:

- Programas culturais dirigidos ao público orientado para o divertimento, utilizando formas e temas populares... se poderia... levar temas culturais aos telespectadores;
- Programas dirigidos aos telespectadores interessados... e que, necessariamente, teriam que contar com índices mais baixos de audiência.

[ Neste momento, dois novos exemplos de programas foram mostrados. O primeiro, um trecho de “A segunda pátria”, filme de Edgard Reiz, que foi transmitido pela ARD, canal 3, em treze capítulos, como exemplo de uma produção coerentemente pretensiosa, sem levar em consideração os índices de audiência. O segundo exemplo foi o retrato da soprano Anna Maria Prammer, “Walzwerkmusik”, de Luigi Nono.]

Estes dois exemplos de programas que exibimos representam produções que se decidiram de modo conseqüente por um público de minorias. “A segunda pátria”, filme de Edgar Reiz, foi produzido com gastos milionários e sob os mais veementes protestos. O filme foi festejado pela crítica. Mas, sua apresentação, dividida em treze capítulos, foi vista por poucos telespectadores. Porém, para os telespectadores que assistiram à série, “A segunda pátria” foi, de acordo com as pesquisas de opinião, o melhor filme que a televisão já produziu nesses últimos anos. O segundo exemplo de programa ousou pela tentativa de combinar a difícilíssima música de Luigi Nono ( o “Walzwerkmusik” consiste essencialmente de ruídos captados e reproduzidos num instrumento laminado de aço), acompanhando a soprano Anna Maria Prammer.

## ALGUMAS REFLEXÕES A TÍTULO DE CONCLUSÃO

### Política e cultura na mídia

Se a cultura imiscui-se demais na política, também podem surgir conflitos. A “emissora inserida” na programação da RTL, canal 4, emite uma apresentação sobre as ocupações de casas em Colônia; logo surge um conflito, a RTL recusa-se a continuar transmitindo emissões e exclui o canal 4 do programa. Isso explica algo sobre o conflito entre a televisão privada e a televisão cultural engajada na República Federal Alemã (as rugas já foram sanadas e além disso também o perfil da emissora ficou mais sadio e mais profissional).



Também na TV de direito público, a intromissão muito acentuada leva frequentemente a conflitos (a história do programa “variedades culturais” – Aspecte – demonstra bem estes conflitos nos anos 70). Neste conflito entram cultura e política. O ponto inicial da televisão poderia ser o fator cultural independente. Pois, uma comparação entre as emissões de informações políticas, os noticiários e as variedades, dá-se às emissões culturais um espaço mais livre que outros programas não têm.

Esse espaço livre surgiu, a cultura em realidade não traz lucro, mas tem que ser emitida por força do contrato assinado.

Aí pode-se fazer muita coisa, provocante e provocadora, ou ainda satírica.

[ *Como exemplos foram exibidos três filmes: a rua Ehre, em Colônia, da WDR, que é uma contribuição provocadora em favor do carro na cidade e contra a tranquilidade das cidades através das zonas de pedestres; política da comunidade. Outro exemplo exibido, também produzido pela WDR, glosa sobre os fochos luminosos como protesto e reação de massa contra a inimizade aos estrangeiros na Alemanha. E, finalmente, um videoclipe do canal 4, sobre Adolf Hitler. Exemplo de radicalismo de direita e dos fochos luminosos.*]

## **Programas culturais na TV comercial brasileira**

Carlos Libório

Boa noite! Eu gostaria de dizer que é uma satisfação estar aqui.

Vocês assistiram à palestra do jornalista alemão. Foi muito boa num aspecto. Agora nós vamos ver o outro lado da história. Ele falou sobre a TV pública, a TV que pertence ou é controlada pelo organismo do Estado.

Na nossa conversa aqui, nós vamos abordar o outro lado da história. Vamos falar de TV privada, da TV comercial que se faz no Brasil e não na Alemanha, embora haja aspectos que ao longo da nossa conversa a gente pode comparar. Como, por exemplo, a pouca audiência dos programas ditos culturais, educativos, que é um fenômeno que acontece tanto na Alemanha como aqui no País. Só que aqui a reação seria diferente. Enquanto lá eles podem manter esse tipo de programação, aqui, na TV comercial, nós vamos ver que as coisas dificilmente se passariam dessa forma.

Então, nós vamos falar de televisão em termos de TV comercial, de TV privada.

A gente sabe que, no Brasil, o sistema de concessão de canais para televisão é chamado de “sistema misto”. Aqui nós temos uma convivência entre as emissoras do Estado, são as TVs educativas, a TV Educativa aqui da Bahia, a TV Cultura de São Paulo e outras, que são TVs que têm uma influência direta do Estado, e as TVs privadas, particulares, que são a grande maioria das emissoras de televisão do País. Cerca de 90 % das

emissoras de televisão do País são privadas, são particulares, são sociedades comerciais. Não vamos nos esquecer disso.

Todos nós sabemos que o que caracteriza a sociedade comercial é justamente a finalidade lucrativa. Não quero aqui comparar a televisão, mesmo comercial, com, uma casa de comércio comum. Mas, é evidente que, como sociedade comercial, a gente não pode perder de vista que há um interesse de lucro, de retorno do investimento que é feito.

Sobre esse aspecto, falando em termos de TV privada, de TV comercial, que é a grande maioria da televisão brasileira. E como, aliás, esse é o sistema adotado pela grande maioria dos países da América, a partir dos Estados Unidos e da América Latina e hoje inclusive de muitos países da Europa. Inclusive da própria Alemanha, que já há em marcha um processo de privatização da televisão, o que se observa também em Portugal, na Itália, na França, onde existem televisões públicas ou televisões simplesmente estatais. Para não falar dos chamados países da antiga Cortina de Ferro, onde a televisão era simplesmente estatal e que hoje, com as mudanças políticas que ocorreram no mundo, como todos nós sabemos, há em marcha um processo de privatização da televisão. O que ainda não chegou ao ponto do que acontece no Brasil e em outros países, a partir do exemplo americano, mas que a gente já observa hoje a presença de televisões privadas.

Em Portugal, tem brasileiros trabalhando na TV portuguesa, grande parte em TVs privadas. A gente sabe que a TV Globo teve uma participação acionária forte numa televisai na Itália. Em fim, muitos países europeus onde existiam apenas emissoras públicas, hoje estão, digamos, abrindo espaço, permitindo o aparecimento de televisões privadas.

É sobre o aspecto de televisão privada, sistema que nós temos no Brasil,

que nós vamos dirigir a nossa conversa.

Dentro desse sistema, em que se permite à livre iniciativa, ao empresário particular, ao empresário privado, participar desse processo de transmissão de som e imagens a distância, que é a televisão, nós não teremos nenhuma dúvida em responder a essa pergunta que é feita pelo tema da nossa conversa, ou seja, “Público-alvo da cultura na TV: minorias ou audiência de massa?”. Claro que, desse ponto de vista, repito, de televisão privada, particular, eu não teria nenhuma ao dizer que o público-alvo da televisão é a audiência em massa. A televisão é, por excelência, por sua própria natureza, o veículo de comunicação de massa.

O que a televisão visa, em, primeiro lugar, é obter a audiência potencial. O que seria a audiência potencial a que o nosso companheiro da Alemanha também se referiu? Seria aquela audiência máxima que pudesse ser obtida pelo número de aparelhos de televisai existentes nos domicílios em determinada região? Digamos que aqui em Salvador existissem um milhão de aparelhos de televisão – existem menos –, a audiência potencial seria aquela mensagem que pudesse ser captada por todos esses aparelhos de televisão. Claro que isso não acontece porque existe a concorrência, existe a presença de outras emissoras e existe também um percentual, que é razoável, de aparelhos desligados. Mas o fato é que as emissoras estão sempre procurando aproximar a audiência real.

O que é audiência real? Aquela audiência que é aferida pela pesquisa, que é constatada pela pesquisa. Ou seja, audiência de quem efetivamente usa seus aparelhos de televisão. As televisões estão sempre preocupadas sobre esse aspecto: aproximar a audiência real da audiência potencial. Então, por isso é que a gente vê nas pesquisas: o programa tal tem 80% de audiência, o programa tal tem 10% de audiência. Dez por cento de

audiência potencial, que seria obviamente a audiência de 100%, que não costuma acontecer. Bom, então eu não tenho nenhuma dúvida de dizer que o público-alvo da televisão, para qualquer tipo de produção, inclusive a produção cultural, e vamos entender aqui a produção cultural ou cultura num conceito mais ou menos exposto pelo conferencista anterior, como esse tipo de manifestação artística levada à televisão com finalidades educativas e não apenas entretenimento, lazer ou mesmo informação. E aqui a gente abre um parêntese e vai observar que a programação de uma emissora de televisão basicamente se divide em programação de lazer, de entretenimento, de informação, ou seja, o jornalismo, e de cultura ou de educação.

A programação cultural existe na televisão brasileira, existe nas emissoras privadas, mas é importante salientar que essa programação cultural está sujeita às mesmas regras, às mesmas normas, às mesmas limitações do restante da programação. Isto porque a televisão comercial, a televisão privada tem que atender a uma série de fatores que condicionam a sua atuação na sociedade. A televisão não existe em nenhum país, não existe no Brasil como algo isolado, como algo que não se relacione com outros setores. Pelo contrário, a televisão influencia, mas sofre diretamente uma outra influência do sistema social, do sistema político, do sistema econômico. A televisão não é algo isolado, algo solitário que exista sem uma integração com outros sistemas vigentes na sociedade, em determinado tempo. Televisão não é uma coisa que a gente possa pensar de uma maneira isolada. Porque isso vai explicar muitos condicionamentos que a televisão tem, muitas limitações, muitas vantagens e, sobretudo, as desvantagens, que é exatamente o fato de estar profundamente impregnada

de outras relações existentes na sociedade. Sejam elas de natureza social, sejam elas de natureza política, sejam elas de natureza econômica.

A produção cultural transmitida pela TV Brasileira (e quando falo TV brasileira sempre volto a insistir que estou falando da emissora privada, da emissora comercial, que é grande maioria das emissoras existentes no País), essa produção cultural divulgada pelo veículo de televisão, está, de alguma forma, sujeita às regras, às mesmas normas, às mesmas restrições, aos mesmos limites do restante da programação da emissora. Essa programação cultural está, portanto, condicionada a esses sistemas dominantes na sociedade em determinada ocasião, como já frisamos. Porque, vale a pena lembrar aqui, essa ligação se efetiva basicamente nestes três níveis: no social, no político e no econômico. A televisão sofre uma influência direta dos padrões, das normas de comportamentos sociais que a sociedade privilegia naquele momento, ou seja, valores em termos de moda, de comportamento, de costumes, de permissividade ou não. Tudo isso está condicionado a outros fatores. Fatores de ordem política. Não vamos nos esquecer que a televisão em qualquer país do mundo é uma concessão. O direito de transmissão de som e imagens a distância é do Estado, é da União, é do poder político organizado.

O poder político pode operar diretamente, no caso do rádio e no caso da televisão, e faz isso através das emissoras públicas, das emissoras estatais ou, como nós já dissemos, pode conceder ou autorizar particulares a fazê-lo, no caso das emissoras privadas. Mas é bom a gente lembrar sempre que essa concessão do poder público ao particular para atuar no campo da televisão é uma concessão temporária. No caso do Brasil é uma concessão de quinze anos e isso é um fator que deve ser considerado, de como a

programação da televisão de alguma forma, é condicionada por esse fator político. Essa concessão temporária significa, obviamente, que ela vai ter um fim em determinada época e que cabe ao poder concedente, no caso o poder público, a capacidade de renová-la. Recentemente, com a nova Constituição, se retirou da competência exclusiva do presidente da República o poder de conceder e de renovar essas concessões das emissoras de rádio e de televisão. Hoje o Congresso Nacional participa, tem que aprovar a renovação de concessões. Mas é fato, portanto, de qualquer maneira, que essa é uma concessão temporária, que depende de um poder público. É uma situação, por exemplo, diferente da chamada imprensa escrita, do jornal. Se nós aqui nos reunirmos e montarmos um jornal, não dependemos do poder público para circular o nosso jornal e muito menos dependemos dessa autorização em qualquer época para continuar a circular esse jornal. No caso da televisão, ela depende dessa renovação, dessa concessão.

Vale lembrar que as duas maiores redes de televisão do País estão vivendo este problema. A Rede Globo e o SBT estão com suas concessões vencidas e dependem do Poder Executivo e do Legislativo para terem essa concessão renovada. Então, os empresários de televisão argumentam que isso significa como se eles tivessem uma espada no pescoço. Eventualmente, eles poderiam, perder essas concessões. A perda da concessão da televisão, ou seja, do direito de transmissão de som e imagem, significaria a derrocada da emissora de televisão como empresa comercial. Imaginem que prejuízo fantástico, sem trocadilho, teria a Rede Globo se perdesse sua concessão, ou mesmo o SBT.

É evidente que o empresário de televisão tem que atentar para esse fato. Existe, portanto, essa ligação com o sistema político, que é maior ou menor, a depender de determinada situação vivida pelo País. Num passado não tão remoto assim, nós tivemos uma situação em que esse controle do poder político sobre a televisão era exacerbado, era considerado no chamado período autoritário. Hoje nós temos uma ampla liberdade de atuação da televisão frente ao poder público. Eu digo ampla liberdade e não liberdade total porque existe um sistema que condiciona a televisão, como também todo tipo de mensagem veiculada pela televisão, inclusive a chamada produção cultural, os chamados produtos culturais. Mesmo nos regimes mais liberais, mesmo nos Estados Unidos, existem certas restrições que decorrem dessa situação de que o empresário da comunicação na área do rádio e da televisão opera uma concessão do poder público.

Eu já trabalhei na televisão numa época em que recebia da censura os chamados bilhetinhos: “De ordem superior, fica proibida qualquer divulgação sobre o assalto ocorrido no banco tal”. Essa situação era às vezes um pouco curiosa porque a gente não sabia que tinha ocorrido um assalto e ficava sabendo através da proibição da censura. “De ordem superior, fica proibida a divulgação de qualquer notícia a respeito de um surto de doença que aconteceu na região tal”, como foi o caso da meningite. A gente nem sabia que estava havendo um surto de meningite e ficamos sabendo através da censura. Primeiro vinha um bilhete, depois vinha um telefonema etc. e aí existia aquele controle bem mais efetivo do poder político sobre as emissoras de rádio e televisão.

Certas regras que não estão às vezes explícitas, mas que existem na prática para que essa concessão seja renovada, para que a concessão seja mantida, que é do interesse de todo empresário. Ninguém monta uma



empresa pensando que ela vai se extinguir dez ou quinze anos depois, como é o caso da televisão, Ao lado disso, a televisão está profundamente vinculada ao sistema político, digamos econômico. Faz parte do sistema econômico. A economia está na base do processo da televisão e isso também influi no tipo de programação que é divulgada pela televisão.

Ora, é sabido que a televisão exige um grande investimento para montagem da emissora. São equipamentos importados, que custam milhares de dólares. Agora mesmo [1994], a TV Educativa da Bahia importou um novo transmissor que melhorou consideravelmente a sua imagem e que custou uma boa quantidade de dólares, se não me engano 400 mil. Então, é evidente que a montagem de uma emissora de televisão exige um alto investimento. A produção da mensagem veiculada pela televisão, ou seja, a produção dos programas exige outro investimento alto. Quanto a Globo não gasta na produção de uma novela? Quanto o SBT não está gastando agora na produção da novela “Éramos seis”, com a pretensão de concorrer com a Globo e de atingir o chamado padrão “global”? Quanto se gasta, digamos, na produção de um programa tipo “Fantástico” ou de um programa tipo “Jornal Nacional”? Então é evidente que isso exige um alto investimento, ou seja, na montagem da emissora, nos seus equipamentos. Equipamentos que estão constantemente se renovando. Que mal uma emissora adquire uma câmera, chega na emissora um anúncio ou oferta de um equipamento muito mais moderno. Agora mesmo as emissoras de televisão da Bahia atravessam esse processo de substituição de um tipo de câmera, de um tipo de VT que se usava por outro mais moderno que dá uma qualidade muito melhor. Tanto assim que é possível para os mais observadores constatarem que determinadas matérias dos telejornais das emissoras baianas têm uma diferença considerável de imagem. Isso pode ser facilmente percebido na

TV Bahia. Há um tipo de matéria jornalística que é feita com equipamento chamado Betacam com uma qualidade de imagem, com uma qualidade de definição muito superior ao antigo U-matic que nós usávamos até então.

É evidente que é um processo contínuo que a emissora faz para renovação, para se manter, digamos, atualizada em termos tecnológicos, para oferecer cada vez uma transmissão de melhor qualidade na televisão. Porque, no rádio como na televisão, a qualidade da imagem, transmitida, no caso da televisão, como a qualidade do som, no caso do rádio, influem consideravelmente na manutenção, na conquista da audiência. Do lado disso, o anunciante é que, como todo mundo sabe, sustenta a televisão privada, a televisão comercial, é a verba publicitária captada pelos departamentos comerciais das emissoras de televisão que mantêm toda essa estrutura, ou seja, a emissora, a produção da mensagem etc. O anunciante faz um investimento alto. Imaginem quanto custou esse comercial em que Daniela Mercury aparece cantando ao lado de Ray Charles. Uma fortuna. Quanto custam comerciais que a gente vê diariamente na televisão? É um alto investimento que o anunciante faz. O anunciante que fez esse investimento alto necessita, é claro, ter um retorno do capital que ele investiu. E esse retorno vai ser oferecido por quem? Vai ser oferecido justamente pelo produto que a televisão oferece. Qual é o produto da televisão? Qual é o produto do processo da televisão? É exatamente a sua programação. Seja ela de qualquer natureza: o telejornal, a novela, o programa musical e também o programa cultural. O programa que está mais preocupado em transmitir cultura e informação.

As produções das televisões são às vezes esticadas ou diminuídas em função do interesse comercial, dessa necessidade de conquistar audiência. E aí a gente bate em outra coisa diferente da televisão comercial, da TV

educativa, da TV pública. Na televisão comercial, na televisão privada existe essa disputa, essa concorrência pela audiência. Já na TV educativa esse aspecto também não deixa de preocupar, pois uma televisão educativa ou cultural que não tenha audiência, não tem significado. Seria também uma perda de recursos, de talento, de pessoal etc. se a mensagem que se transmite através da televisão não tiver nenhum retorno. Todo mundo sabe que uma das coisas elementares do processo da comunicação é justamente esse retorno, é justamente esse *feedback*.

Quando eu digo a você “que noite bonita”, a minha pretensão é realmente que você ache que a noite está bonita. Quando um comentarista diz que o São Paulo jogou melhor do que o Corinthians, está levando, induzindo a sua audiência a concordar com ele. Realmente, o São Paulo está jogando melhor do que o Corinthians. Então, não tem sentido um processo de comunicação que não tenha retorno e audiência, mas essa preocupação, obviamente, é muito maior na televisão comercial e privada do que na TV educativa.

A TV educativa alemã, a TV pública alemã pode se dar ao luxo de transmitir 90% da sua programação com os chamados programas culturais e ter apenas uma audiência de 10%. Esse percentual seria absolutamente inviável na TV comercial, logo se trataria de tirar esse tipo de programação do ar. Aí eu faço outro parêntese e lembro a situação dos nossos colegas de jornais cobrarem muito essa postura educacional ou cultural das televisões. Os nossos colegas de jornais estão sempre recomendando um tipo de programa que na realidade tem muito pouca audiência, tem muito pouca aceitação por parte do público. Eu gostaria de saber, de alguns desses cronistas de televisão, comentaristas que recomendam esse tipo de programação, se eles estivessem à frente de uma televisão comercial se eles

colocariam esse tipo de programação no ar para a sua audiência. Se tentassem fazer isso, certamente que teriam feito ou teriam a oportunidade de fazer por muito pouco tempo, porque logo seriam afastados de suas funções por essas pressões de natureza comercial, de natureza econômica que existem na programação da televisão e ninguém pode esconder.

Eu costumo, às vezes, brincar com Fernando Vita, o diretor da TV Educativa, e digo: rapaz tem um programa na televisão que é o programa mais lido da televisão baiana, é o seu programa. Porque aparece em todos os jornais, chamadas, todo mundo dá a maior “colher de chá” ao seu programa. Infelizmente, quando se vai apurar nas pesquisas de audiência, o chamado IBOPE (que a gente pode abominar, achar errado, mas tem que conviver com ele), está lá o programa, às vezes dando, o que é lamentável, o traço. O traço significa que não tem o mínimo de audiência para aparecer na pontuação do IBOPE, feita à base dos aparelhos ligados em determinada emissora.

Então é fato que o sistema econômico, portanto, tem uma profunda influência na programação da televisão e no tipo de programa que é transmitido por uma emissora. Inclusive os chamados programas de natureza. Mesmo quando as televisões, aparentemente, ousam nessa área transmitir programas tipo concertos etc., o fazem dentro de determinados horários. Vejam como esses concertos de música clássica passam um pouco atrasados. Em que o número de aparelhos ligados já é menor e a televisão de alguma forma tem uma audiência que é constante, que é permanente, que não signifique uma grande perda. Porque toda vez que qualquer tipo de programação ocasiona um abalo na audiência média das emissoras, e vamos falar mais claramente, principalmente isso acontece numa emissora

como a Rede Globo, toda vez que há uma oscilação nos índices de audiência da emissora, a gente imagina o corre-corre que existe. Muda-se personagem de novela, estica-se o papel do personagem, diminui-se o papel, mata-se e acaba-se a novela mais cedo ou acaba-se a novela mais tarde. Claro que a gente está falando aqui em termos um pouco caricatos, exagerando situações, mas esse é um processo que existe. Existe, portanto o processo de televisão estar profundamente impregnado por essas relações com a economia, com o fator econômico que está atrás da televisão, que se tem profundas ligações com ele provocando outras consequências nessa área, por exemplo: a concentração da televisão em poucos produtores.

Há poucas emissoras de televisão, se a gente considerar o número de telespectadores, a ponto de provocar o fenômeno que nosso professor Muniz Sodré chama “monopólio da fala”. O que é o monopólio da fala? A televisão tem o monopólio da fala. Por que? Porque poucos falam, muitos escutam, muitos ouvem, mas os emissores da mensagem, as emissoras de televisão, são um número reduzido em relação à fantástica audiência desse veículo nos dias atuais. Há realmente uma concentração, processo que é mais evidente no Brasil, onde essa concentração existe não apenas em relação ao número de emissoras, que ainda é relativamente pequeno, e eu falo aqui mais em relação ao número de redes. Não temos uma quantidade grande de emissoras regionais, emissoras comunitárias, de emissoras públicas, como em outros países, como no caso inclusive da Alemanha. Nós temos poucas emissoras de televisão, a verdade é essa. Apesar de se falar de vez em quando em festivais de concessão, ainda não existem tantas emissoras de televisão no País. Muitas áreas da comunidade não têm acesso ao veículo da televisão. Tudo isso, portanto, conduz para que a televisão

tenha um monopólio da fala, que a mensagem transmitida pela televisão, ao contrário do diálogo, seja um monólogo.

A gente sempre imagina, nesse caso, que Cid Moreira está defronte das câmeras e do microfone da Globo, falando sozinho para milhões de telespectadores em todo o País. E com esses telespectadores ele não estabelece um diálogo, porque ele está sempre falando e o telespectador está sempre recebendo a mensagem. Não há possibilidade de alternar a situação dele como fonte da mensagem e a situação do telespectador como receptor. O telespectador vai ser sempre receptor e o Cid Moreira, a Globo ou a emissora de televisão, qualquer que seja ela, vai ser sempre o emissor de televisão, qualquer que seja ela, vai ser sempre o emissor da mensagem. Claro que os meios de comunicação, e aí um detalhe interessante, não estão desatentos a essas circunstâncias e procuram de alguma forma amenizar esse tipo de relacionamento como o seu telespectador. Esse relacionamento, digamos, que a gente tem poderia ser autoritário, de imposição de um determinado tipo de programação que só tem pouco tempo na televisão. A gente reconhece que têm pouco tempo. Porque nem todo tipo de programa cultural., nós vimos aqui alguns exemplos, uns produzidos na Alemanha, teria essa possibilidade de oferecer esse retorno exigido pela própria natureza de um veículo que opera numa sociedade capitalista, onde existe a concorrência de outros emissores de mensagem.

Mas eu dizia que a televisão procura amenizar essa situação. Você vê, por exemplo, um tipo de programa: “Você decide”. O que é “Você decide”? Tenta estabelecer, de alguma forma, um diálogo com o telespectador. Colocar o telespectador para participar, em vez da televisão dizer que o episódio vai terminar dessa maneira, ela coloca o telespectador para opinar a respeito. Ontem ou anteontem nós tivemos até um episódio

que pode ser considerado histórico para o telejornalismo no País. Pela primeira vez, o mais importante jornal da televisão brasileira e de maior audiência, que a gente tem que reconhecer que é o “Jornal Nacional”, permitiu esse processo de participação do telespectador, o chamado processo de TV interativa, num movimento em que permitiu ao telespectador opinar sobre a convocação dos jogadores da Seleção Brasileira. Um tema fácil, que todo mundo entende, todo habitante, todo brasileiro é técnico de futebol. Então, permitiu-se que, discando para um determinado número, o telespectador opinasse sobre a Seleção Brasileira. Veja que situação interessante: o telespectador não apenas recebeu aquela de que os convocados são esses, são 22 convocados e gostou. Se não gostou, ficou por isso mesmo, ele pôde dar sua opinião. Claro que a opinião do telespectador, neste caso, não alterou a lista. A lista já estava definida e vão ser esses mesmos 22. Mas, se criou de alguma forma um acesso do telespectador à televisão.

Bom, essa situação, o fato de que a televisão tem esse processo, tem essa preocupação ou tem esse fundamento de ordem econômica por trás da sua operação, por trás da programação que ela transmite, leva a um outro detalhe que é importante para nós que vivemos nos estados, que fazemos televisão regional: a questão da programação local ou da programação nacional. Sempre que se fala em televisão se discute isso. Sempre, por exemplo, os nossos colegas de jornais estão cobrando das televisões regionais: “Por que vocês não fazem mais programas locais? Por que vocês não fazem mais programas locais? Por que não fazem mais programas regionais e fazem mais programas nacionais”? Aí seria o caso do pessoal da televisão perguntar: “Por que vocês também não fazem mais jornalismo local? Por que os jornais praticamente não têm noticiário econômico

nacional, contratam de agências”? Por que os jornais têm noticiário nacional fornecido por agências? Têm noticiário nacional fornecido por agências? Têm noticiário internacional fornecido por agências de notícias?” Onde já se viu algum jornal ter correspondente internacional aqui na Bahia? Qual é o correspondente internacional aqui na Bahia? Qual é o correspondente nacional que trabalha regularmente? Se não estou enganado, fora do Estado da Bahia, apenas A Tarde tem uma sucursal em Brasília, que opera em termos regulares de fornecimento da notícia. Todo o restante do material, que são páginas e mais páginas, dos jornais no noticiário nacional e do noticiário internacional, é fornecido por agências de notícias. Esse processo de alguma forma acontece com a televisão regional. A maior parte da programação, obviamente, é nacional, é a programação transmitida por rede. Por que? É porque o baiano é burro e não sabe fazer televisão? É porque o empresário de televisão baiano só pensa em ganhar dinheiro e levar vantagem como Gerson? Talvez seja até um pouquinho isso. Mas não é exclusivamente isso. Esse que é o detalhe.

É evidente que o processo de transmissão de um programação por rede através de uma rede de emissoras pertencente a uma emissora, que nós chamamos de “cabeça-de-chave”, no caso a Globo, a Manchete, o SBT de São Paulo, que transmite a sua programação para outras emissoras da rede ou até as chamadas emissoras afiliadas, como por exemplo, o caso da TV Aratu, da TV Bahia ou da TV Itapoan. Esse processo de rede permite que as emissoras possam dividir o custo da produção dos seus programas, porque, de alguma forma, essa programação é vendida às emissoras regionais. Se uma emissora baiana, por exemplo, se aventurasse, me permitam dizer isso, a produzir uma novela, ia vender para quem? Será



que o Estado de Sergipe estaria interessado em comprar uma novela produzida na Bahia? Que garantia de mercado teria uma novela ou programa humorístico produzido na Bahia? Como a televisão baiana teria condições de arcar, ela sozinha, com todo o custo de produção de uma novela? Se em vez de fazer apenas dez ou quinze minutos de jornalismo local, uma emissora baiana achasse que devia fazer também o noticiário nacional e internacional, eu teria condição de ter uma grande equipe em Brasília, outra grande equipe em São Paulo, mais uma equipe menor no Rio e, mais, pelo menos um correspondente em todos os estados? Eu teria na TV Bahia ou na TV Itapoan ou Aratu condições de receber notícias, de receber informações de seus repórteres localizados nas principais cidades do mundo? Paris, Londres, Nova Iorque, Washington?

Uma televisão local poderia absorver esse custo? Por que não pode absorver esse custo? Por que não tem verba publicitária que lhe garanta sua manutenção nessa situação. Por que não tem? Porque também a verba publicitária está concentrada nas grandes agências, que têm sede no Rio e em São Paulo. Uma emissora baiana não tem patrocínio da Shell, não tem patrocínio da Coca-Cola. Tem patrocínio aqui do empresário local que não pode concorrer com a Shell, com a Coca-Cola ou com os grandes anunciantes em investimentos na área de televisão. Claro que para a emissora local interessa muito mais. Ela ganha muito mais com o anunciante local do que do anunciante nacional. Mas ela não tem como tirar do mercado local um patrocinador ou anunciante que lhe garanta um investimento necessário para contratar, por exemplo, grandes talentos artísticos. E a gente cai no negócio da produção cultural. Grandes artistas, grandes produtores de novelas. Dias Gomes está aqui em Salvador, mas segunda-feira ele vai pegar o avião e voltar para o rio de Janeiro. Por que a

gente não mantém ele aqui para produzir uma novela? Ou ter um programa aqui de Chico Anísio, ou contratar Jô Soares?

Como a TV Bahia, a TV Aratu não tem condições de ter aqui grandes repórteres da televisão. O nosso telejornalismo poderia ser de melhor qualidade, se as emissoras de televisão tivessem condições de investir em altos salários para atrair profissionais, grandes figuras da televisão que aparecem no jornal do SBT, no “Jornal Nacional” e nos outros jornais. Na realidade, nós convivemos com outra realidade. E aí eu volto à minha velha discussão: parece que eu trabalhei em jornal durante doze anos de minha vida, não tenho nada contra jornalistas que trabalham em jornal. Mas é outra cobra nça que os jornais fazem da televisão. O coleguinha do jornal chega e diz: “Ora, mas eu vejo no ‘Jornal Nacional’ e quando chego no jornal da TV Bahia se sente a diferença. Eu vejo o jornal do SBT, quando entro no jornal da Itapoan é uma diferença muito grande”. Claro! Aí eu pergunto para ele: “A Tarde” é igual à “Folha de S. Paulo”? A “Tribuna da Bahia” é igual ao “O Globo”? O “Correio da Bahia” é igual ao “O Estado de S. Paulo”? Claro que não é. Lá, no jornalismo impresso como na TV comercial, você também tem esse tipo de problema. Além disso, para fechar essas limitações e problemas que a televisão tem para a transmissão de uma programação que a gente gostaria que fosse mais cultural, mais educativa etc., temos de reconhecer que é uma situação que existe, que é um interesse da própria emissora. A própria emissora tem os seus interesses – econômicos, políticos etc.

Um fenômeno que se observa na televisão brasileira ou na área de comunicação do País é que cada vez mais os jornais, as emissoras de rádio e televisão pertencem não apenas a grupos tradicionais que atuavam nessa

área, mas estão passando a pertencer a grupos empresariais que têm interesses que também precisam ser atingidos porque nunca estão dispostos a investir apenas na televisão sem nenhum tipo de retorno.

Só para concluir, nós vamos dizer que a televisão é parte desse sistema econômico, social e político vigente na sociedade. Seja na sociedade brasileira capitalista, seja na sociedade brasileira capitalista, seja na sociedade socialista, que ainda existe. Por exemplo, em Cuba. Ontem [11/5/94], o presidente Fidel Castro esteve em Salvador. Não vamos ser ingênuos a ponto de permitir ou a ponto de pensar que a televisão em Cuba possa funcionar como elemento de contestação ao regime vigente em Cuba. Ninguém vai admitir esse tipo de coisa. Claro que ele é condicionado ao sistema político vigente lá. Então, de alguma forma, mudar a televisão poderia significar ou poderia implicar numa mudança do sistema ou numa mudança do regime capitalista, do regime que a gente vive atualmente. E isso seria possível. Mas, às vezes, o problema é tão complexo que quando a gente pensa, por exemplo, que, pelo que você disse. A economia e o dinheiro mandam na programação da televisão. Não. Morre Ayrton Senna e a pressão popular, a pressão da audiência do público é tão grande que leva a televisão a esquecer um pouco o aspecto econômico.

As televisões pararam de transmitir a sua programação normal, pararam de transmitir a sua programação de anúncios para transmitir a morte de Ayrton Senna. Por quê? Porque a transmissão da morte de Ayrton Senna, embora a gente ache que foi um espetáculo de morbidez, de mundo cão etc. estava acusando números altos no IBOPE de todas as emissoras de televisão. Então se chegou a uma situação curiosa: no enterro de Ayrton Senna as emissoras de televisão ficaram disputando qual era a última que saía. O caixão já tinha descido, se jogava a terra em cima do caixão de

Ayrton Senna e todo mundo estava lá transmitindo. Ninguém queria ser o primeiro a sair. Porque aquilo estava permitindo à emissora uma grande audiência, embora houvesse prejuízo na área econômica, porque não estavam transmitindo comerciais. As emissoras passaram dois ou três dias com a programação comercial totalmente abandonada. Aí vamos chegar à conclusão: é o público que manda na televisão? Quem sabe? É difícil.

A última edição da “Revista de Imprensa” [abril de 1994] traz uma declaração interessante de uma pessoa insuspeita que a gente não pode dizer que não conhece televisão: Chico Anísio. Passou sua vida toda na televisão. Olha o que ele está dizendo: “Quem manda na programação da Globo é a imprensa”. A partir do momento em que ele acha que a imprensa dá muito mais cobertura a esse tipo de programa, “TV Pirata” etc., a “Escolinha do Professor Raimundo”, argumenta que os programas dele têm um número de audiência muito maior do que esses outros programas, mas não têm a necessária cobertura da imprensa que ele achava que seria justo. Então ele reclama da direção da Globo. Que a Globo agora já não está indo mais pelo gosto popular, pela audiência ou pelos seus interesses, passando, de alguma forma, a condicionar sua programação pelo que a imprensa diz, sobre se este programa é bom ou ruim.

Só para encerrar, é que a televisão é um processo complexo e a gente precisa entendê-la como tal. Sempre batendo naquela tecla: televisão não é uma coisa isolada, televisão é reflexo, é espelho de determinada sociedade e em determinado período de tempo, que privilegia ou repudia determinados comportamentos sociais, determinados tipos de relacionamento com o poder político que, às vezes, é bem rigoroso, outras vezes é mais frouxo. Hoje, praticamente, o controle, o controle é pequeno em relação ao poder público, mas, no fundo, a televisão está condicionada a

esses fatores. Por isso, na televisão comercial, no Brasil e nos países onde existe esse sistema, a gente dificilmente chegaria a uma situação igual à exposta pelo nosso colega da Alemanha, em que os programas culturais existem, que ele defende até a tese que esses programas devem aumentar de tempo e ganhar mais tempo na televisão, apesar da audiência ser pequena. Na televisão comercial no Brasil e nos países de processo semelhante, isso seria difícil, quase impossível, pelos argumentos que a gente levou aqui e outros que podem surgir numa eventual discussão.

Muito obrigado!

## Comentários

Vera Martins

Eu já tive oportunidade de frisar que a televisão no Brasil, por ser um veículo tão poderoso, um veículo de massa, tem um alcance muito grande, e fantástico, implicando também num risco muito grande, que merece uma grande preocupação por parte de todos nós (profissionais de comunicação e professores), exatamente porque há toda essa implicação que o professor Carlos Libório colocou, como se fosse um círculo vicioso.

As emissoras são controladas por empresários, obviamente que visam ao lucro, pois sem lucro nada pode ser feito. Então, as emissoras ficam totalmente dependentes da audiência. Se não tiver audiência, o programa pode ser retirado do ar ou modificado. O telespectador pode ver o personagem de sua novela preferida ser assassinado, seja lá o que for. Enfim, isso aí cria uma situação difícil.

Na minha opinião, é implícito que a televisão visa ao lucro sim, mas há um compromisso educativo também. Claro que um empresário ao receber de presente uma concessão de um canal que é tão disputado, como foi a última vez: o Silvio Santos disputou com a Abril, disputou com o Jornal do Brasil, também a Manchete disputou. Enfim, há também um compromisso implícito e explícito nesse aspecto. Então, não é simplesmente dar aquilo que o povo quer, porque, na verdade, a televisão reflete o que a população brasileira quer.

Os editores da Globo argumentam o seguinte: a programação da Globo é feita para uma grande massa, aqueles 50 milhões de pessoas que assistem à Globo. Não é feita para a gente, nós que estamos aqui. Quando Boni pensa na programação da Globo, Boni não pensa em atender aos nossos

interesses. Ele pensa naquela grande massa de brasileiros, numa grande maioria que sequer tem dinheiro para comprar e ler o jornal, que às vezes vive até aquele sonho de ver a novela, ou acha que está consumindo algo importante. Embora, eu ache que esta situação do País, pois os interesses populares também estão mudando. Aí é que vejo o grande desafio da televisão. Seria aqui, na Alemanha e até mesmo em outros países. Acho que não se conseguiu ainda essa sintonia com a aspiração popular e com o povo. Quando se conseguir essa sintonia, aí se conseguirá audiência também para um programa cultural, hermético, um programa que naturalmente devesse ter uma expectativa apenas de 5% de audiência.

Eu lembro que quando trabalhei em televisão, em várias emissoras, inclusive na Aratu, quando era afiliada da Globo, foi uma luta muito grande para convencer o diretor de programação que deixasse de programar um filme de fim de noite, às 11 horas, mais ou menos, para se colocar no ar o jornal da Globo, que na época chama-se “Amanhã”. Era um jornal novo que surgia e foi uma luta porque os números mostravam que o filme, por pior que fosse, um *bang-bang* à italiana qualquer, dava mais audiência que o jornal. Estou me referindo ao jornal que hoje foi transformado em “Jornal da Globo”. Naquela época, era uma época fechada, o jornalismo era também anódino, era um jornalismo nada interessante porque a ditadura não permitia, o sistema político era bastante fechado.

No entanto, hoje é diferente. Muito pelo contrário, o jornalismo é, eu diria, o material nobre da televisão. Tanto que mais e mais programas jornalísticos estão sendo produzidos. Domingo estréia Marília Gabriela em novo formato, o padrão “global” que antigamente era exigido para as pessoas, para jornalistas, para telejornalismo, graças a Deus caiu. Antigamente, eu alcancei essa época, um repórter de televisão, para

trabalhar em uma emissora afiliada da Globo, tinha que ser bonito ou bonita. Se tivesse olho azul, sotaque carioca, já tinha 80% de chance de ser contratado. Não precisava nem ser jornalista, ser competente, ou ser bem informado. Porque na época não se exigia tanto do profissional. A própria repórter já saía com as perguntas prontas e não podia questionar muito. Então, não precisava de jornalistas competentes. Hoje [1994] é o contrário. Esse padrão “global”, mesmo o padrão de jornalismo, caiu. Hoje as pessoas querem credibilidade. As pessoas querem de um comentarista ou de um apresentador de televisão, não que seja jovem, bonitinho, charmoso, mas que demonstre e passe confiança. Que as pessoas ouçam e vejam aquela notícia e acreditem. Então, acho que há essa mudança também.

Outro comentário que eu queria fazer, rapidamente, é sobre a questão da produção local. Claro que você imaginar fazer novela ou fazer produção teatral ainda é um sonho. Há uma lei em curso, um projeto de lei no Congresso que destinaria 30% das produções das TVs locais para produções locais. A produção local fomentaria o mercado de trabalho. Mas o que se reivindica quando se pede produções locais, claro que analisando a realidade não seria tão conveniente. Agora, não seria possível fazer produções teatrais, novelas etc., mas se pede mais jornalismo local, por exemplo. Não seria o caso de fazer jornalismo internacional. Isso aí a agência faz, claro, faz até muito bem. Não precisaria disso não. Mas eu sei que há dificuldades, e não estou falando só da Globo não, eu falo também do SBT. Se no SBT alguém quiser propor um programa jornalístico, um programa de entrevistas à noite, num horário nobre, um programa de entrevistas local, com políticos locais, empresários, um programa jornalístico local no horário nobre ou no final de noite, na TV Itapoan, que é afiliada ao SBT, vai ter dificuldades também. Provavelmente não vai ter



horário, não vai ter uma janela disponível. As redes comandam. As redes realmente monopolizam a programação, e um exemplo muito claro disso acontece durante o carnaval. Lembro que era tradição da TV Itapoan fazer uma boa cobertura de carnaval justamente porque ela não estava atrelada a uma rede assim tão fechada, como era a Globo já naquela época. Então, a Itapoan podia botar suas câmeras nas ruas. Alcançavam uma audiência também muito grande. A TV Aratu na época que era afiliada não conseguia tanta audiência. Perdia, porque colocava apenas *flashes*, curtos *flashes* do carnaval, de duas em duas horas, de quatro em quatro horas, nos jornais e nos telejornais. E a TV Itapoan ficava direto no ar. As pessoas ligavam para a TV Itapoan para ver o carnaval de rua. Nos últimos anos tem acontecido o contrário: a TV Itapoan não pode mais colocar, não sei se vocês têm observado isso, mas não pode mais transmitir carnaval porque a rede não permite, a rede não dá espaço. Há um problema aí do atrelamento das emissoras afiliadas locais às grandes redes que são cinco ou seis, fora algumas independentes, no máximo. Isso aí é um problema sério.

Para terminar, eu acho que essa questão de se fazer um programa cultural que atenda à população é um grande desafio.

Eu queria concluir falando também da minha experiência na TV Educativa. Fui coordenadora da TV Educativa e, por muito tempo, também da parte de jornalismo. Acho que é uma lástima até quando se pensa na TV Educativa também como TV comercial. Pois é isso que acontece no Brasil em geral. A TV Educativa deveria ser uma rede que desse espaço até pra se fazer experiências e que tivesse essa preocupação tão grande com o lucro. Lembro que, não em minha época, a TV Educativa daqui tinha um programa de esportes que dava audiência e às vezes podíamos assistir horas, horas e horas de transmissões esportivas. Me pergunte o que é isso?

A TV Educativa é financiada pelo povo, pelo imposto que a gente paga, mas, transmitindo o mesmo que a TV comercial acaba competindo com a TV comercial. Hoje está até diferente, vai melhorando, mas se vocês observarem bem a programação de uma TV educativa e a de uma TV comercial, vão constatar que não há muita diferença, porque elas acabam entrando nessa luta também pelo lucro. Acabam buscando também o lucro. E isso, na minha opinião, é um erro, um erro grave.

Não lembro se as pessoas ficaram surpresas com a exibição aqui de alguns programas da TV alemã, mas eu lembro que a primeira vez que vi televisão na Alemanha, fiquei um pouco surpreendida. Isto porque eu esperava uma programação para um público bem diferente do que a gente está acostumado a pensar em termos de Brasil, um público de Terceiro Mundo, e no entanto, lá, vi programas típicos muito parecidos com os nossos. Programas musicais, bem populares. Eu fiquei um pouco surpresa ao ver isso porque imaginava que seria diferente. Mas eu imagino que há uma explicação específica, quer dizer, no Brasil, a televisão desempenha um papel muitíssimo importante em nível de lazer, entretenimento, enquanto que nos países desenvolvidos essas pessoas têm outras opções de lazer. Vão ao teatro, vão ao cinema, e a televisão não é tão importante, tão monopolizadora das atenções e das horas de lazer, como acontece aqui no Brasil.

A televisão realmente ocupou o lugar dos estádios de futebol, de tudo. Acho que, a essa altura, até o futebol está ocupando um lugar abaixo da televisai. Enfim, acho que há essa diferença. Mas isso é surpreendente.

Obrigada!

## Debates do dia 12 de maio de 1994

*Pergunta* – Fez-se uma pesquisa e constatou-se que, em uma TV que dedica 20,5% de sua programação à cultura, ocorrem apenas 10% de aproveitamento por parte do público. Há pesquisas já feitas que expliquem o motivo de tal paradoxo ainda mais em uma nação do Primeiro Mundo? O que leva apenas 12,6 da população alemã a ter interesse real por programas de cultura?

**Dirk Kaemper** – Vou começar a responder a segunda parte desta pergunta. Vou começar com os 12,6%. Estes 12.6% são o público núcleo, são aquele publico interessado em programas culturais da televisão e que igualmente vai ao teatro, ao cinema, aos concertos etc., ou seja, um público que tem uma ligação forte com a chamada cultura alta. Eu não conheço nenhuma estatística do Brasil, mas para a Alemanha, eu acho uma percentagem bastante alta e quando saiu a estatística eu nem esperava uma percentagem tão alta.

A primeira parte da pergunta naturalmente foi investigada a razão. O problema consiste no fato de que nas redações, os jornalistas não conseguem se decidir bem, para quem estão fazendo aquele tipo de programa de cultura. Mas, mesmo assim, continuando nos nossos conceitos, talvez melhorando um pouco mais os conceitos visuais, fazendo mais pesquisas sobre os reais interesses do público, talvez pudéssemos até aumentar mais um pouquinho essa percentagem. Outra explicação é que nesses 20% de ofertas de programas culturais tem-se que considerar o fato que há uma grande variedade de diferentes programações culturais. Ou seja, esses 20% incluem uma série de programas para as minorias. E é natural que um programa dirigido para minorias só seja aproveitado por minorias.

***Pergunta** – O que justifica o fato de um povo tão sedento em relação a programações culturais bem elaboradas não dar audiência para esses programas? É o simples fato de que a maioria da população brasileira, grande parte analfabeta, não possuir o hábito de convívio com a cultura?*

**Carlos Libório** – Na realidade, a população brasileira não parece tão sedenta assim por esse tipo de programa. A cultura do povo brasileiro não é essa cultura erudita ou, o que está impregnado na alma do povo, não é esse tipo de programação mais erudita, mais complexa. Vamos aceitar a nossa cultura como nós somos. A cultura também é carnaval. Cultura é música. Cultura é futebol também. Então, a gente tem que aceitar a cultura brasileira que se manifesta também nesse aspecto e leva a que esse tipo de programação pareça um pouco fora da realidade.

**Dirk Kaemper [em aparte]** – Eu gostaria de me referir à pressão econômica que existe em cima das televisões comerciais. Nós temos, na Alemanha, o mesmo fenômeno. Nós temos a televisão comercial na Alemanha. Mas, como eu já disse, esses canais comerciais, por lei, são forçados também a transmitir programas culturais. E isso com absoluta independência redacional. Então são programas culturais que têm audiência. E, mesmo assim, por exemplo, um dos canais comerciais da Alemanha com todos os programas culturais, inclusive, em apenas três anos se transformou na maior e mais rica estação comercial na Europa. Por isso eu acho que tanto uma programação orientada por suas finalidades comerciais quanto uma programação cultural podem existir dentro de um mesmo canal comercial.

***Pergunta** – Você afirmou que mesmo nas TVs comerciais as programações culturais visam atingir um público de massa. Como você explica a veiculação de programas culturais nos horários menos*

*assistidos? Devemos acreditar que a TV brasileira procura apenas obter lucro? O que você acha de se produzirem programas culturais de alto nível e se buscar a audiência?*

**Carlos Libório** – Eu não disse que mesmo nas TVs comerciais as programações visam atingir um público de massa. Eu disse que a televisão comercial visa, sobretudo, atingir o público de massa. Não tenho a menor dúvida quanto a isso. Claro que como profissional de televisão eu sou favorável que se produzam programas culturais que possam ser assistidos por uma maior parte da audiência em horários maiores, mas seria absolutamente contraditório em relação ao que confirmei anteriormente se eu achasse isso. Digamos, é fácil, é possível de um momento para outro. A gente volta àquela velha história: a televisão não é uma coisa perfeita, se fosse perfeita, o que seria dos outros veículos? Há muita gente que diz: “A televisão é superficial, eu vejo o telejornal e não soube tudo”. Espera aí, você não quer ler um jornal no dia seguinte, não? A televisão apresenta. É hoje o principal veículo informador de primeira mão das notícias, mas não esgota todo o assunto. Existe o rádio, existe o jornal, existe a revista, no dia seguinte, para complementar essa informação. Essa é uma limitação que a televisão tem. Para que a gente tenha essa televisão que permita, por exemplo, a transmissão da chegada do homem à Lua ou da morte de Senna no momento em que ele dirigia o carro, para a televisão tenha essa capacidade, tenha condições econômicas de fazer isso, a gente tem que se submeter a esse tipo de regra. Não é que se vise exclusivamente ao lucro, mas o lucro é parte componente do negócio da televisão e não podemos perder isso de vista sob pena de ficar aquele pensamento de que a televisão é uma coisa isolada, que a televisão é assim ou assado porque os dirigentes da televisão só pensam em ganhar dinheiro. Pode até ser, mas não é

exclusivamente por isso. Há fatores que condicionam a produção, a programação da televisão, e exatamente isso atinge essa programação cultural. Então, a televisão faz cultura? Como eu disse: dentro de determinada garantia. Vamos colocar num horário menos problemático. O que aconteceria, por exemplo, se saísse a novela das oito e meia e entrasse um programa de concertos? Que diretor de televisão poderia bancar esse tipo de alteração na programação? E eu vou dizer uma coisa por experiência própria: talvez seja preferível a televisão atual com todos esses problemas e condicionamentos, mas, uma televisão, digamos, em condições de operar, de transmitir, de produzir esse tipo de programação que a gente tem do que a televisão sem condições financeiras, sem condições econômicas. Essa situação é que é dramática, quando não leva ao fechamento do canal e ao desemprego, como aconteceu nos Diários Associados, leva a um funcionamento precário, à falta de condições de trabalho, a um desestímulo, a uma situação em que a empresa anda se arrastando. E, essa sim, essa televisão é que não tem condição de oferecer nenhum tipo de programação de boa qualidade, seja ela cultural, informativa ou de que natureza seja. Por isso é que eu sou um pouco cauteloso com esse negócio. Entre uma coisa e outra, entre essa televisai “lucrativa” e uma televisai que não visasse lucro, mas que não tivesse condições de transmitir uma programação que pudesse ser consumida pela população, qual seria a melhor opção? Eu tenho muita dúvida se seria optar simplesmente pela programação cultural, mas sem condições econômicas por trás para permitir uma boa operação, uma boa transmissão, uma mensagem de boa qualidade de alguma forma.

**Sérgio Mattos** – Só complementando o que Libório disse, gostaria de lembrar. A gente não pode esquecer que a televisão em si é um veículo de

massa, quer dizer, independentemente de ser comercial, privada ou pública, seja lá o que for, a televisão é um veículo de massa.

*Pergunta – É radicalismo demais o estereótipo de utopia em relação a uma programação cultural na TV privada que atraia e mantenha viva a motivação da grande massa. Visto que tal fato não ocorre somente nos países rotulados de terceiro-mundistas, como o Brasil, mas também nos países desenvolvidos como a Alemanha, onde reina aos quatro cantos o paradigma de um povo alfabetizado, culto e, por conseguinte, mais sensível e atento à valorização de suas raízes históricas como de suas produções sócio-culturais e que supostamente se deveria constituir um público-alvo maior neste país?*

**Carlos Libório** – Essa pergunta envolve muitos aspectos, mas eu queria dizer que a gente chegou, falou de normas, de regras, de limitações da televisão, mas é evidente que nós não estamos tratando de uma ciência exata, de regras definitivas etc. O que é exatamente cultura é essa coisa de discutir, de questionar, de provocar mudanças. Então hoje eu diria que a televisão opera dessa forma, mas não significa que isso vá continuar permanentemente.

A televisão estará sujeita a esses condicionamentos, mas por pressão da própria sociedade, por mudanças sociais, por mudanças de ordem política que venham eventualmente a acontecer no País, a televisão vai mudar. Portanto, permaneço coerente com o que afirmei anteriormente: a televisai não é uma coisa isolada, não é uma coisa separada. A televisão é o reflexo, é o espelho de uma determinada sociedade em um determinado tempo. Mudando-se a sociedade, quem sabe se a televisai não vai mudar também e vai fazer esse tipo de programação que, de alguma forma, parece ser uma

aspiração das classes mais beneficiadas culturalmente, mas não é uma vontade da maioria da população do País?

*Pergunta – Por que a televisão não divulga mais eventos culturais, aumentando assim sua participação no que diz respeito à programação cultural?*

**Carlos Libório** – Fazer programa cultural de eventos culturais é muito fácil. Tem uma grande vantagem sobre qualquer outro assunto: tem data, local e hora marcada. Isso para qualquer pauteiro de televisão é ideal. Manda fazer a estréia da peça tal, manda fazer o lançamento do livro de poesia da poetisa fulano de tal, manda fazer a palestra do Sr. Fulano de tal. Mas será realmente que é esse tipo de programação que interessa ao nosso telespectador? É uma coisa que a gente não pode perder de vista, quando se fala em mudanças ou programação cultural na televisão.

*Pergunta – O processo jornalístico passa por um processo público dos fatos. Em que se enquadra o telejornalismo da TV Bahia? Onde se evidenciam os feitos políticos de seus proprietários?*

**Carlos Libório** – Se enquadra no que eu disse aqui: nas limitações, na realidade em que operam as emissoras de televisão. Tanto a TV Bahia como qualquer outra emissora. O profissional de comunicação que trabalha hoje na televisão tem que conviver com essa realidade. Claro que ele deve atuar dentro de padrões de padrões éticos. Mas essa é uma realidade que eu não posso chegar amanhã na TV Bahia e dizer: fulano de tal não manda mais aqui, agora vou assumir e fazer o tipo de programa que eu quiser. Isso é uma coisa que não existe na realidade. Agora, o profissional pode trabalhar dentro dessas condições, dentro de determinados padrões éticos. Ter um tipo de informação ou tipo de posições políticas que a TV Bahia não privilegia ou até não dá cobertura, mas outras emissoras dão.



Aí eu pergunto: se a gente tivesse apenas uma emissora oficial, que desse apenas uma única verdade, essa situação seria melhor do que várias emissoras, mesmo pertencentes, mesmo ligadas a correntes políticas diferentes? Você não acha que é mais democrático ter emissoras que têm essa ou aquela posição do que ter uma única voz oficial? Do que ter uma oficial e estatal que, além de chata, esse sim é o monopólio da fala, é um monólogo? Pelo menos você tem uma possibilidade que o telespectador às vezes esquece que ele pode mudar de canal, ele pode desligar sua televisão. Se você ver na TV Bahia, na TV Aratu, na TV Itapoan, aquilo que você não gosta, aquilo que você não concorda, você tem um recurso, desligue, mude.

*Pergunta – O programa “BA-TV” é uma denotação óbvia da manipulação política na Bahia? Vale questionar até quando merece respaldo, autenticidade, a postura ideológica de um jornalista que participa da elaboração desse tipo de programa. Desejaria o seu comentário a respeito de tal questão.*

Carlos Libório – Eu já estou numa fase que não preciso passar atestado de minhas posições ideológicas, políticas etc., isso já ficou para trás há muito tempo. Eu não tenho essa preocupação. Vim aqui para transmitir uma experiência que acumulei durante meu tempo de televisão. Se eu não fizer o “BA-TV”, outro jornalista vai fazer. Acho que se estou lá fazendo é porque acham que, de alguma forma, faço bem. Se algum telespectador ou alguma pessoa discorda do posicionamento da TV Bahia, é um direito que a pessoa tem. Como eu discordo do posicionamento de muitos veículos de comunicação na Bahia ou no Brasil. Eu não discuto muito essa questão.

*Pergunta – Qual é a participação dos alunos da Faculdade de Comunicação no mercado de trabalho? Eles sabem que o mercado é assim como foi exposto pelos conferencistas?*

**Vera Martins** – Se eu entendi bem, você quer saber qual a participação que os alunos da Faculdade de Comunicação, que é quem habilita para Jornalismo, têm no mercado e se eles sabem que o mercado de trabalho é isso.

Nós temos uma lei de regulamentação da profissão que proíbe pessoas não-habilitadas, que não têm diploma de exercer essa função, a função de jornalista, mesmo que em televisão. A situação aqui é diferente da Alemanha. Lá é exigido um diploma universitário, aqui não, tem que ser formado em Jornalismo. Essa relação tem melhorado bastante porque antigamente essa lei era completamente burlada e quando não se exigia também competência, não se exigia informação dos profissionais, principalmente dos que faziam Jornalismo. Na época dos tempos mais fechados, mais sombrios, quando se exigia basicamente o visual, beleza plástica e tal para se trabalhar na televisão, raras pessoas eram jornalistas provenientes da Faculdade de Jornalismo. Lembro-me perfeitamente que trabalhei na TV Aratu: eu era subchefe do departamento e a única jornalista formada era eu. Tinha o chefe de jornalismo que era jornalista profissional por tempo de serviço. Quer dizer, ele tinha conseguido ser regulamentado por trabalhar em jornal há mais tempo, antes da lei. Então, era uma situação bem pior. Só que não existia outra pessoa e eu brigava muito até para que contratassem jornalistas. Na época, as pessoas não se interessavam porque trabalhar na televisão não era interessante. Os estudantes e jornalistas iam questionar mais e não conveniente naquela época. Agora, não. Agora, a maioria passa ou passou pela escola, embora ainda uma grande parte esteja

em situação irregular porque não é permitido estagiário. Esta é uma questão de mercado de trabalho, uma questão econômica e que também ainda é encontrada nos jornais impressos. A utilização de muitos estagiários e estudantes por uma questão de economia é um ponto negativo. O ponto positivo que eu vejo nesta relação da escola com as emissoras de televisão é que as emissoras realmente têm preferido e têm dado mais espaço para pessoas vindas da Faculdade de Comunicação. Sinal de que a Faculdade, bem ou mal, com todas as suas deficiências, tem servido de alguma forma.

O professor Libório poderia dar sua opinião também, porque lá no Departamento de Jornalismo da TV Bahia, a maioria, pelo que me parece, vem da Faculdade de Comunicação. Eu particularmente sempre defendi isso e sempre dizia também às pessoas que eram contra: eu prefiro trabalhar com gente que vem da escola porque eu vejo, realmente eu sinto a diferença. Têm suas deficiências, mas eu sinto uma diferença muito grande. Quando eu chefiava uma equipe, montava uma equipe de televisão, a diferença era muito grande entre uma pessoa que não passava pela faculdade e a outra que passava. Isto porque, no mínimo, essa pessoa, se ainda não dominava a técnica jornalística, tinha pelo menos a percepção exata do que significava a ética jornalística e a função social do jornalista. Isso é fundamental. O jornalista precisa saber que ele tem uma função social, que ele não está ali na televisão para aparecer, porque ele não é ator, ele não é artista, não está ali para dar autógrafa nem nada. Ele está para servir a comunidade. E isso é muito importante. Quem passa pela escola pelo menos aprende isso.

***Pergunta** – Como fica a experiência da RBS no Rio Grande do Sul sob a ótica de dominação das grandes redes? Será que toda programação*

*procura atingir uma audiência de massa? E a segmentação específica, cada tipo de público, inexistente nas redes comerciais? Tudo é “global”?*

**Carlos Libório** – Citaram aí um exemplo de uma organização que tem uma grande importância e que de alguma forma é um modelo para as emissoras regionais. É a RBS. Realmente é uma organização competente, uma organização em que certos aspectos de informatização chegaram em determinados períodos a estar adiante da Globo. Basta lembrar que a RBS fez a totalização da apuração, paralela à que a Globo fez nas últimas eleições. Todos nós que trabalhamos em televisão regional gostaríamos de ter como exemplo a RBS do Rio Grande do Sul. Mas vale considerar um aspecto: o Rio Grande do Sul é um mercado atípico, é um mercado diferente do mercado baiano. No Rio Grande do Sul existe um tipo de industrialização de produto final, de sapatos, de roupas etc. Esse tipo de fabricante, esse tipo de produtor anuncia na televisão, tem verba publicitária para investir na televisão. O nosso industrial, basicamente concentrado no Pólo Petroquímico, infelizmente não é anunciante dos meios de comunicação, porque ninguém vai anunciar: “Compre aqui o seu quilo de buteno, propeno” etc. e tal. Então, lá no Rio Grande do Sul existe um mercado que permite à RBS fazer um tipo de programação de excelente qualidade. Mas é bom lembrar que a programação da RBS não é uma programação exclusivamente regional. Ela tem mais do que as outras emissoras regionais têm, mas não é exclusivamente regional. Pelo contrário, todos os programas-chaves da programação da Rede Globo são retransmitidos também no Rio Grande do Sul, principalmente no horário crítico que vai das seis horas da tarde, naquela novela das seis, até a novela das oito e meia. Aí ninguém fura esse bloqueio porque essa é a espinha dorsal da programação que garante a audiência.

O jornalismo, como foi dito aqui e ressaltado pela professora Vera Martins, hoje tem um papel importante na programação jornalística. O jornalismo na televisão era uma espécie de sanduíche. Entre duas novelas ficava o jornal. Hoje o jornalismo tem uma importância considerável na programação da televisão. Tanto que você vê que nos momentos de grandes acontecimentos no País, o “Jornal Nacional” aumenta o seu tempo, invade o horário que seria antes da novela, mas logo depois se retoma a programação. A RBS, embora sendo uma organização poderosa que tem uma série de emissoras no interior do Rio Grande do Sul, de alguma forma, faz parte da rede e os programas básicos ela retransmite.

Tem outro detalhe de sua pergunta que eu acho que seria um caminho, se não a solução por um caminho: a segmentação da programação. Só que eu acho que essa segmentação para permitir um maior tempo para os programas culturais deveria ser não através das grandes redes. Essa segmentação pode ser feita através do aumento do número de emissoras, das emissoras comunitárias, das emissoras pertencentes a entidades sem fins lucrativos, das entidades do serviço público etc. Esse talvez fosse um caminho para a televisão. Colocar mais centros produtores da mensagem televisiva e aí nós chegaremos à segmentação que já existe de alguma forma nos tipos de televisão a cabo. Hoje você contrata a transmissão do filme que você quer ver, do tipo de programação que você acha mais interessante. Já é uma segmentação. A GLOBOSAT só transmite notícia o tempo todo, para quem gosta, CNN direto no ar. Oferece programas de lazer e entretenimento, oferece filmes e oferece, em outro canal, programas culturais. É evidente que isso ainda não é um processo popular, mas você hoje já pode ter. E se morar em São Paulo, você tem à disposição o tipo de

programação que você desejar, inclusive, para quem gosta, uma programação toda cultural se você assim preferir.

***Pergunta** – Lembro-me de programas como “Vila Sésamo”, que me ensinaram a matemática com os personagens Ênio e Beto cortando bolo e me ensinando a fração. Estou hoje com 28 anos e nunca mais vi coisas semelhantes. Era possível naquela época tal benefício para o povo e agora será que temos que conviver com Xuxa, “TV CollOsso”, Angélica e outros que nem conseguem passar o nosso lado brasileiro extremamente musical? Creio que precisamos de uma resposta logo. O senhor fala de um povo analfabeto, mas que quer ver algo melhor.*

**Carlos Libório** – Esse é um tipo de programa que de vez em quando se pergunta: por que não se retorna aquele tipo, especificamente “Vila Sésamo” e o outro das histórias de Monteiro Lobato. Eu acho que esse tipo de programa vai retornar ou pode retornar à televisão. Só que realisticamente eu acho que eles só vão retornar quando acontecer, quando houver aquelas condições a que nós nos referimos aqui: a possibilidade de que eles atinjam uma audiência que garanta o retorno dos investimentos feitos pela emissora na produção do programa e que os anunciantes participem patrocinando esse tipo de programa. Quando isso acontecer, não tenha dúvida, eles vão voltar à televisão.

**Sérgio Mattos** – Eu complementaria Libório, dizendo que o programa “Vila Sésamo” saiu do ar em vários países do mundo porque tinha uma conotação estrangeira. Era uma experiência americana influenciando um método. Então, o Brasil substituiu “Vila Sésamo” pelo “Sítio do Pica-pau Amarelo”, que, por sinal, foi considerado pela UNESCO como o melhor programa educativo do mundo.

*Pergunta – O senhor não acha que as telenovelas às vezes contribuem para maior alienação do povo levando-se em consideração a grande massa, ainda que se diga que alguns temas versam sobre fatos do cotidiano?*

**Carlos Libório** – Eu acho que houve uma mudança considerável na temática das telenovelas. Não é minha especialidade, não sou um dos telespectadores mais assíduos de novela. Se a gente se lembrar de uma das primeiras novelas que começaram a fazer sucesso no Brasil, era tipo novela chique, de adágia etc. Escrita pela mulher do nosso querido Dias Gomes, a falecida Janete Clair. Houve uma mudança considerável na temática da novela. As novelas hoje são bem mais reais e mais atuais. Acho que nós não devemos desprezar a novela como um gênero, porque é um gênero que a televisão brasileira se afirmou a ponto de no momento a televisão portuguesa estar exibindo atualmente quatorze novelas produzidas no Brasil. As novelas da Rede Globo já correram i mundo, da China aos Estados Unidos. Então eu acho que a novela não é uma coisa assim que a gente deva abominar, embora haja um pouco de excesso de novela na televisai. Hoje a gente pela “Vale a pena ver de novo”, novela das seis, novela das sete, novela das oito e entra pelas minisséries, que terminam sendo um gênero de novela. Embora a gente tenha que reconhecer que para a Globo seria muito melhor importar filmes do que produzir uma série das chamadas “Séries Brasileiras” que exigem um investimento muito alto.

A Globo é considerada hoje a quarta maior rede de televisão do mundo. E dentre essas quatro redes, a Globo é a emissora que tem a maior programação local, no caso programação nacional. Quem quiser vá aos Estados Unidos para ver que tipo de programação a televisai de lá oferece. Uma grande quantidade de filmes. Filmes velhos, *cowboy*, aquelas

comédias lá do “tempo do ronca”. Eu estive recentemente nos Estados Unidos e vou confessar uma coisa para vocês: o que a televisão americana tem melhor do que a brasileira é o jornalismo. Fora o jornalismo, a televisão americana, para mim, não é melhor do que a televisão brasileira, incluindo aí os musicais, as novelas etc. A televisão americana tem muito *gameshow*, *talkshow* etc. Por sinal, quando chega lá, você começa a ver certas coisas que acontecem nos programas de televisão. Tem um programa de *talkshow* na televisão americana que tem um copo parecido com o copo de Jô Soares. Só que lá a diferença é o copo fica na mesinha do entrevistado e não mesinha do entrevistador.

**Vera Martins** – O formato do programa do Jô Soares, inclusive, foi todo calcado em cima do *talkshow* americano. Uma vez eu disse em sala de aula e acharam um absurdo. Desde que eu era criancinha já ouvia falar que Jô Soares era inteligentíssimo, que ele tocava não sei quantos instrumentos naquela época. Mas “Jô onze e meia” é um programa que realmente foi todo calcado nos programas de *talkshow* americanos.

**Carlos Libório** – A maioria dos programas é copiada. O programa “Aqui, agora” foi copiado da televisão argentina. É um estilo de sair com a câmera atrás dos bandidos e atrás da polícia que você vê na televisão argentina. É uma importação. Tem muitos quadros do programa de Gugu que parecem quadros dos programas de auditório da TV americana. Isso aí a gente tem que reconhecer. A novela é o único gênero que o Brasil não copia. Por que o padrão do jornalismo brasileiro é reconhecido, todos sabem que é importado do americano? Até essa maior quantidade de intervenções ao vivo dos repórteres na televisão brasileira, que passa cada vez mais a ser feita ao vivo, já é coisa que vem acontecendo no jornalismo americano.



***Pergunta** – Por que a existência da televisão, informática, cibernética, tecnologia de ponta etc. quando na Alemanha que é do Primeiro Mundo, existe cultura viva, cinema, teatro, museus, dança, folclore, ópera, restaurantes etc?*

**Dirk Kaemper** – Todas as tecnologias mencionadas nessa pergunta são tecnologias que aparentemente facilitam as coisas. Isso também em relação aos próprios eventos culturais. Naturalmente é muito mais fácil ligar a televisão e olhar uma peça de teatro do que pegar o bonde, o ônibus para assistir a um teatro originalmente. Eu acho que a televisão produz uma fascinação além dos fascínios de outros fenômenos culturais. Um bom exemplo seria os Estados Unidos onde a televisão foi inventada, onde tem uma dominação tão grande, uma audiência tão imensa que evidentemente esse fascínio funciona. A grande diferença para mim é de que forma a televisão faz parte da cultura de um país e como neste meio cultural a cultura acontece.

***Pergunta** – Se é muito mais fácil a gente assistir a uma peça de teatro em casa em vez de pegar um carro para ir ao teatro, porque essa conferência não foi televisionada? Assim sendo eu a assistiria melhor dentro de minha casa?*

**Dirk Kaemper** – Aí você não teria a possibilidade de fazer perguntas.

***Pergunta** – Qual o papel do “Bahia Eventos” na programação cultural da TV Bahia? É coincidência que os eventos que não são promovidos pela TV ou Rádio Globo não tenham cobertura jornalística da Globo, mesmo que tenham participado de oba-obas? Você não acha que tem momentos em suas colocações que você é contraditório? No primeiro momento você afirma que a TV comercial visa basicamente ao lucro e, num segundo momento, o público interfere na programação, como enterro de Senna.*

*Será que o interesse daquele folclore todo em torno da morte dele não seria interesse de perda de audiência das corridas de fórmula-1? Até que ponto podemos chamar isso de interferência do público, grande massa numa rede nacional como a Globo? Não seria abrir um espaço para o público para reverter essa situação em benefício próprio? É possível ao seu alcance tomar uma postura como cidadão brasileiro?*

*O que o senhor acha do monopólio da Rede Globo e de o Sr. Roberto Marinho ser o maior empresário do País e ter amigos em todos os poderes: Legislativo, Judiciário e Executivo? É possível reverter esse quadro de monopólio com uma pessoa tão influente assim? Será que essa postura da TV brasileira em atender aos interesses de massa, anulando quase por completo qualquer transmissão cultural não é apenas uma forma de burlar a real intenção do sistema e utilizá-la como instrumento mediador em prol de uma hegemonia de dominação?*

*Você não gostaria de criar um jornal clandestino para poder publicar as informações censuradas?*

**Pergunta** – *No caso da televisão, é um reflexo do querer da sociedade. Mas o senhor não acha que ela também se influencia diretamente neste querer? E não seria possível que a televisão educasse, acostumassem a população a querer programas educativos? O senhor não acha que ela tem hoje em dia essa possibilidade?*

**Carlos Libório** – Eu concordo com você que a televisão é influenciada e influencia a sociedade. Não na medida em que muitos homens de televisão acham que podem mandar na sociedade, podem fazer ou desfazer candidatos ou até mesmo a população talvez atribua um poder exageradamente grande aos meios de comunicação de massa, que são

poderosos, mas que têm suas limitações, mas que não podem tudo. Mas, nós temos que atentar também que na programação da televisão brasileira a novela que nós produzimos é um gênero que a televisão brasileira não tem concorrente no mundo, um gênero que a televisão brasileira se realiza por excelência. Nós temos de reconhecer. Não podemos deixar de reconhecer que isso também é cultura, que isso também passa informação etc.

Aqui mesmo [exibe um número da revista “Imprensa”] na entrevista, o Chico Anísio diz que a “Escolinha do Professor Raimundo” é um programa educativo. Está aqui [aponta para a revista], ele diz isso. Porque se vocês repararem, de alguma forma na galhofa, na brincadeira, na gozação, ele passa informação. Quando ele faz uma pergunta que ninguém sabe como responder, como normalmente acontece, ele dá um tipo de explicação. Então, o jornalismo que se faz na televisão brasileira também tem um aspecto cultural. Não vamos entender programa cultural como uma coisa assim, colocada numa moldura: esse programa é cultura, esse programa é educativo. Vamos entender também que tem determinado tipos de programas que se faz na televisão tipo “Globo Ecologia”, “Documento”, do SBT; e muitos programas da Manchete, que têm esse caráter educativo, esse caráter cultural.

Eu não vou botar um programa dito cultural às oito horas da noite. Isso é um risco que nenhuma rede comercial vai correr, mas vai veicular cultura, vai transmitir, vai participar ou se preocupar com a educação do povo através da sua programação normal. Essa, aliás, talvez fosse uma forma, uma saída, uma etapa pelo menos intermediária para que se chegasse à televisão ideal. Que eu só acredito que se chegue no momento em que ela seja ideal para a população.

Esse divórcio que alguns setores podem pretender entre o que a televisão produz e transmite e o que a população consome, eu acho que não vai acontecer tão cedo. Aí a gente teria que mudar, não apenas a televisão, mas mudar o sistema, mudar o regime e isso é um pouco mais difícil.

*Participação de um ouvinte – Vou mandar cortar as horas de Roberto Marinho.*

**Carlos Libório** – Se você for cortar as horas de Roberto Marinho, vai aparecer outro empresário que vai atuar da mesma maneira, mas que não teve o sucesso de Roberto Marinho por outros fatores. Roberto Marinho existe aqui no Brasil. Na Itália existe o Bertolucci, que se elegeu chefe do governo italiano à rente de um canal de televisão. Esse tipo de problema, o telespectador e até o profissional que trabalha na televisão tem que conviver com ele.

*Pergunta – O que o senhor acha do monopólio da Rede Globo e do Sr. Roberto Marinho ser o maior empresário do País e ter amigos em todos os poderes?*

**Carlos Libório** – Quanto ao monopólio da Rede Globo, pode ser que você discorde, mas eu acho que é questão de competência. Os Diários Associados já tiveram o monopólio da televisão no Brasil e faliram. Se a rede consegue se manter é porque tem algum mérito, sabe de alguma forma operar os veículos e os instrumentos que tem à sua disposição. Eu já trabalhei nos Diários Associados e eles já tiveram a maior rede de televisão, de rádio e de jornais do País. Aqui na Bahia os Associados já tiveram dois jornais, uma emissora de rádio e uma emissora de televisão. Foram os pioneiros da televisão no País e na Bahia. No entanto, a empresa foi à falência. A gente viu que a Manchete já foi muito mais poderosa do que é atualmente. Por que isso não acontece na Rede Globo? É uma

questão para se discutir. Será que independentemente da gente gostar ou não da Rede Globo, não existe por trás dessa máquina uma administração competente? Vamos também reconhecer esse aspecto. Se disse muito que a TV Globo teve assistência do Grupo Time-Life americano etc. No primeiro momento, isso é verdade, mas hoje a presença do Time-Life na Rede Globo seria totalmente inconveniente. Não haveria nenhum interesse da rede de ter a presença do Time-Life aqui, orientando. Por que? De alguma forma, a Globo desenvolveu uma indústria brasileira de fazer televisão. Tanto isso é verdade que faz sucesso no exterior. A Globo já chegou a vender novela para cem países do mundo. Isso não acontece à-toa.

*Participação de um ouvinte – Só para lembrar: o acordo do Time-Life, que terminou sendo formalizado aqui com a Globo, seria inicialmente com os Diários Associados. E o grupo Time-Life desistiu de fazer o acordo após verificar a incompetência administrativa do conglomerado para realizar o projeto que interessava ao Grupo Time-Life.*

**Carlos Libório** – Pois é. Você conhece bem a realidade do que foram os Associados. Viveu o bom período e viveu já uma fase de decadência. Eu, inclusive, passei por um período bom lá nos Associados e depois vivi a fase da decadência, que chegou ao ponto da gente ter que escrever o jornal atrás da lauda que recebia dos releases do governo e da prefeitura. Aproveitando a parte de trás porque tinha papel para se escrever. A gente chegou a viver esse tipo de problema.

*Pergunta – Sendo considerada uma potencia, a televisão não poderia ajudar no desenvolvimento social ? Oferecendo melhor educação através da televisão? É preocupante para mim saber que meus filhos não vão ter uma educação igual à minha, porque na época meus pais tinham condição de me dar mais atenção em casa, fora a televisão. Mas nós temos*

*telespectadores de televisão. Babás eletrônicas que estão ali na frente das crianças.*

**Carlos Libório** – A respeito da sua observação: eu particularmente não acredito que uma rede de televisão que tenha tido esse sucesso, como é questionado sobre a Rede Globo, tenha esse descaso para com a população. Eu acho que de alguma forma existe um tipo de ligação forte entre, digamos assim, o desejo, as ambições, as aspirações da população e o tipo de programação que é transmitido pela Rede Globo. E vou lhe dar um exemplo: o jornal “Folha de S. Paulo”, todo mundo sabe que não tem uma posição simpática com a Rede Globo (eles têm lá seus problemas empresariais, aliás, tradicionalmente o jornal nunca se deu muito bem com a televisão; ambos disputam um mercado que não é tão grande assim), mas, por exemplo, quando Ayrton Senna morreu, a “Folha de S. Paulo” fez um comentário dizendo que “naquele momento, num momento de grande comoção no País, nos grandes acontecimentos, o “Jornal Nacional”, melhor do que qualquer outro veículo, soube interpretar o sentimento nacional”. Isso é uma coisa positiva. Quando um jornal passa a dedicar toda uma edição a um evento dessa natureza.

Então eu concordo com você que são esses condicionamentos, esses limites da televisão que às vezes deformam e prejudicam. Às vezes me sinto até constrangido de assistir a uma novela ao lado de minha filha. Também tenho filha pequena. Apesar de não parecer. Mas fico meio constrangido porque a novela das seis já está meio violenta; O “Vale a pena ver de novo” transmite novela que anteriormente foi veiculada às dez horas da noite e agora é transmitida a uma e meia da tarde. Mas, é o tipo de negócio, a gente vai cair sempre nessa discussão. Mesmo achando errado, será que não é esse tipo de programação que a população aceita e acha que

é bom? Deve achar, porque se não fosse assim isso não ia ser traduzido nesse nível de aceitação, de audiência da programação.

Claro que eu também não concordo. Se você examinar a programação da Globo, você vai achar uma série de programas que absolutamente não têm nada de mundo-cão nem coisa nenhuma. Se a gente pegar um programa como “National Geographic”, identificará que é um programa educativo, um programa cultural. O programa “Vídeo Show”, de alguma forma é um programa cultural também. Se a gente pegar o “Globo Ciência”, “Globo Ecologia”, “Globo Rural”, não vai achar que não é programa cultural. Não é aquele negócio de rotular um programa. Talvez a Globo saiba vender esse tipo de coisa melhor do que as outras redes.

**Sérgio Mattos** – Quero que vocês entendam o seguinte: Televisão realmente é apaixonante, que a angústia que a gente tem em relação a este veículo é grande. A gente estuda isso o tempo todo, a gente procura ver seus pontos negativos e positivos. Claro, existem estudos que buscam entender a audiência, os aspectos educativos, históricos e até mesmo aqueles que estudam a legislação que está em vigor e seus efeitos sobre a televisão.

Foi falado aqui, neste seminário, sobre a necessidade de renovação das leis que vão reger, que vão determinar como vai ser o conteúdo, como é que vai ser a produção de televisão. Isso é coisa que a sociedade tem que começar a discutir e identificar os pontos a serem modificados. Depoimentos, todos são válidos. A gente está fazendo levantamento de tudo e a Globo também está atenta a tudo que se fala, se discute e se escreve: sobre ela em particular e sobre a televisão brasileira em geral. Exemplo disto é o fato de a Globo saber de tudo que se publica sobre ela. Se qualquer um de vocês escrever uma carta para o jornal A Tarde ou para

qualquer jornal baiano, denunciando abusos da televisão, apresentando queixas ou fazendo críticas à programação, podem ter certeza, o recorte da carta vai parar na mesa de Roberto Marinho. O serviço de informação da Rede Globo é perfeito. Eles pegam as críticas, as queixas etc. e vão analisar. Não buscam respostas. Eles são capazes de entrar em contato com você pessoalmente para explicar as coisas. Existe isso na Rede Globo. Em qualquer parte do País que você publique uma crítica, eles recebem, vai para a mesa de Roberto Marinho. Agora não adianta, nesse seminário, a gente querer resolver todas as questões, a gente não vai poder resolver todos os problemas nem este é o fórum adequado para tal.



Capítulo 2

**Jornalismo cultural e produção cultural:  
critérios de seleção e de transmissão**

Conferencistas: Dirk Kaemper e

Washington de Sousa Filho

Debatedora: Vera Martins

Moderador: Sérgio Mattos

# O processo de comunicação da televisão<sup>1</sup>

Dirk Kaemper

Boa noite!

Não posso realmente dizer como eu estou surpreso, pois, na Alemanha, o povo a esta hora já estaria nas tabernas, em seus bares, tomando cerveja. Por isso, eu me alegro tanto mais que vocês, que, sacrificando um pouco do seu hábito das sextas-feiras à noite, estão hoje aqui para assistir a minha palestra.

Eu quero de forma bastante sucinta retornar à discussão de ontem à noite, relacionando algumas coisas que acontecem conosco, os que fazem televisão frequentemente. Ou seja, avaliar as expectativas dos ouvintes. Essas pesquisas de opinião são estatísticas que nem sempre ou quase nunca são perfeitas. E, às vezes, só em parte fornecem uma informação sobre aquilo que verdadeiramente o telespectador quer assistir. Isso é um truísmo, é um lugar-comum que naturalmente uma pesquisa bastante representativa, às vezes, acontece também em função da encomenda de certas pessoas.

Quando afirmo que a grande massa dos telespectadores espera realmente da televisão é diversão e a cultura na televisão só faz sentido se ela pode ser de forma ligeira, atrativa, consumida, com isso eu atendo a uma certa demanda. Mas, simultaneamente, eu também produzo uma demanda. Quanto mais eu produzo ou faço transmissões de programas que não têm grande profundidade, tanto mais e de forma intensiva eu determino a qualidade desses programas. No sentido de um processo de comunicação, devemos mencionar que a televisão não é absolutamente algo estático, mas

---

<sup>1</sup> Conforme tradução consecutiva e gravação

deve, como mídia, como meio de comunicação, se encontrar em permanente transformação, desenvolvimento. Com referência a isso, nos últimos dois ou três anos, aconteceu algo na paisagem televisiva alemã que foi bastante surpreendente. Depois de fazerem durante seis, sete anos, programas televisivos sem nenhuma profundidade, sem maiores pretensões (e esta forma de fazer programas não encontrava mais receptividade), eles começaram, no âmbito da informação política, a aprofundar e a melhorar consideravelmente a qualidade de suas transmissões. Isso tem a ver, seguramente, com a concorrência entre a televisão de direito público e a televisão de direito privado.

O processo de comunicação da televisão é o nosso tema de hoje: a mídia como transmissor de cultura e de elementos para o espectador.

A diferença fundamental entre as redações que na Alemanha se ocupam com o tema cultura e aquelas que se ocupam com o tema esporte. As editorias se constituem basicamente daquilo que sempre transmitem sobre cada acontecimento, em particular, de cada setor. Naturalmente, cada transmissão dessas, cada acontecimento é transmitido de forma emocionante ou de forma monótona.

A cultura na televisão da República Federal da Alemanha nesse aspecto específico, como já mencionei várias vezes, foi apresentada como modelo, ela própria sendo um modelo. Ou seja, uma mídia que tem suas próprias leis, seus próprios condicionamentos. O problema é que a eficácia e a efetividade desses meios considerados primários, como a literatura e o teatro, se diferenciam basicamente do efeito da televisão. Quer dizer, eles têm um efeito de uma forma e a televisão tem modos diferentes de provocar efeitos.

Quando tomamos, por exemplo, a literatura como referência, o ato de ler e o ato de assistir à televisão implicam em dois comportamentos absolutamente diferentes. Pode até dizer-se que as duas mídias seriam até incompatíveis entre si. Eu posso filmar um livro e eu posso também fazer com que esse livro seja lido na televisão. Mas com isso, em absoluto, eu não transformei a televisão em literatura.

Se tomarmos agora como exemplo a pintura, esses dois veículos de comunicação, meios de cultura, parecem combinar perfeitamente. Mas, em todo caso, trata-se de duas mídias bidimensionais. E este é o único ponto de referência, não existem outros pontos de identidade entre essas duas formas de cultura. Pois ver um quadro numa exposição é algo completamente diferente do que ver um quadro, uma pintura transmitida pela televisão.

Eu quero mostrar em seguida três exemplos de como se lida com essas questões.

O primeiro exemplo se ocupa da literatura. Se tornou um programa bastante conhecido na televisão alemã e tem como objetivo mostrar um pouco da literatura para o público e fazem de forma bastante interessante e, como vocês poderão constatar, de uma forma até divertida. Quatro críticos literários bastante conhecidos na Alemanha se reúnem e discutem sobre literatura. O principal debatedor é o crítico Marcel Reich-Ranicki, que pode ser assim denominado como o papa da literatura na Alemanha, que nesse ínterim já tem um papel soberano na paisagem literária alemã. Se ele realmente critica ou elogia um livro, de qualquer maneira será vendido. A vantagem desse tipo de programa é que ele tem um alto conteúdo de divertimento e o telespectador recebe muitas informações muito interessantes sobre cada obra que está sendo debatida. *[A título de exemplo foi exibido o vídeo “Quarteto literário”, da ZDF, que se constitui num*

*debate ao vivo entre quatro conhecidos críticos literários sobre o livro “Echolot”, de Walter Kempowski]*

O exemplo seguinte vai se ocupar do tema pintura. Esse programa é denominado “Mil obras-primas da arte da Pintura”. É um programa que é transmitido semanalmente e que na sua duração original, dez minutos, ele se ocupa com um só quadro. [*Foi exibido um vídeo sobre o quadro denominado “Interior”, de Anselm Kiefer*].

A terceira contribuição é sobre uma exposição de mestres barrocos da arte flamenga, uma exposição que foi mostrada em Colônia. [*Foram exibidas mostras de vídeos*].

Um dos problemas da obra de arte quando é uma obra pictórica é a sua dimensão. As dimensões da pintura de um quadro praticamente não combinam para serem mostradas em todas as suas minúcias, na dimensão da tela da televisão. E por isso é realmente difícil mostrar um quadro na televisão. Por causa disso formou-se uma frente bastante abrangente de artistas e críticos de arte, pedindo que, sob essa forma como foi mostrado, não se mostrem mais obras de arte na televisão.

Eu vi resumir quais são os argumentos desse pessoal. Primeiro, a obra de arte na televisai perde a sua aura original. A obra de arte na televisai não é uma vivência subjetiva, um experiência subjetiva. A arte na televisão confunde a criteriosidade, conforme podemos verificar neste último exemplo, no quadro de Anselm Kiefer. E mesmo um simples quadro, por menos complexo que seja, em cinco ou seis minutos não dá para você analisá-lo e perceber todos os seus detalhes, muito menos quando se trata de uma exposição inteira, completa. Além do problema do corte na televisai, os artistas criticam especialmente a maneira, a forma de

comunicação. Para os artistas, a arte é uma comunicação em liberdade, televisão, ao contrário, é comunicação em dependência. A fim de dar um exemplo concreto: eu vejo um quadro num museu, eu é que decido para que aspecto inicialmente eu quero olhar. Na televisão eu já recebo pronto, eu sigo a visão de quem filmou, não tenho alternativa de escolher por onde quero começar e por quanto tempo quero ver. Com isso os artistas não querem absolutamente, não estão pleiteando, que se extinga a televisão. Alguns artistas exigem uma outra forma completamente diferenciada para a arte na televisão. Eles exigem, por exemplo, que com uma câmera fixa, sem corte, se transmitam 24 horas do Congresso alemão e que de modo semelhante seja feita também a transmissão de academias de arte e de outros centros artísticos. O que eles querem é que apenas se coloque a câmera transmitindo 24 horas e que não haja nenhuma intervenção, que nenhum comentário seja feito.

Penso um pouco diferente: que quando nós, redatores de televisão, informamos sobre arte, fazemos um trabalho que faz sentido. Ou seja, naturalmente nós estamos conscientes de que não podemos substituir a recepção dessas formas primárias de manifestação artística e de nenhuma forma deve pensar-se que a televisão é um substituto para outras formas de arte. Basicamente, o nosso trabalho consistiria em chamar a atenção e estimular a curiosidade em relação à realidade. E isso funciona na maioria das vezes. Houve relação entre essas duas transmissões que acabamos de ver, questionamento dos telespectadores. Uma investigação que nós fizemos sobre a receptividade desse programa nos forneceu informações de que alguns telespectadores ficaram muito curiosos e aí se decidiram, depois da informação, a saber mais sobre as obras de arte e foram ver os quadros

na exposição. E, apesar disso, esses programas, programas que fizemos, são para minorias. Ainda assim, atingimos, num único trimestre na Alemanha, um público superior ao número total de pessoas que vão ao teatro e aos museus em um período de seis meses.

Eu acho também que a televisão, além de puro transmissor de cultura, pode também assumir uma outra função. A televisão pode desenvolver um estilo próprio de transmissor de cultura. Num primeiro aspecto, a televisão pode complementar as informações sobre arte ou sobre artistas, fornecendo, por exemplo, dados biográficos e outras informações sobre acontecimentos artísticos, que às vezes a própria obra de arte, posta em exposição, não oferece.

Para a Alemanha, por outro lado, esta é uma tarefa muito importante já que há décadas nós fazemos programas sobre informações culturais. Conseguimos reunir nesses anos um vasto e abrangente arquivo sobre material cultural. Formamos um arquivo que, no futuro, poderá também ser usado para trabalhos artísticos e científicos. Somente quando a televisão se referir à sua especificidade maior, poderá ser considerada uma forma de arte independente. Os dois exemplos que vou mostrar agora para concluir a minha palestra devem esclarecer esses aspectos para vocês. No primeiro, denominado “Televisão ao infinito”, um realizador de televisão se ocupa especificamente com a televisão em seu caráter mais particular, mais próprio. O que ele faz, na verdade, é uma reflexão sobre a própria televisão com o seu filme. No segundo filme, intitulado “Vôo 101 para a Terra de Ninguém”, trata-se de história, de um fato histórico referente à Argentina. Aqui é onde aparece essa forma específica de se fazer televisão. Para mim este é um exemplo de como se deve apresentar história na televisão, Um

exemplo que até então eu não tinha visto nada igual. [ *Foram exibidos os vídeos “Vôo 101 para a Terra de NINGUÉM” e “Televisão ao infinito”.*]

Quando se consegue transpor a arte e a cultura para um determinado meio de comunicação, isto poderia pelo menos significar o futuro para pelo menos uma parte dos realizadores da televisão alemã. É realmente o mais difícil, mas seguramente o último monopólio que permaneceu na televisão de direito público na Alemanha.

Eu acho que no futuro nós continuaremos a explorar esse aspecto.

Bom, com isso eu cheguei ao final da minha palestra de hoje à noite.

**Sérgio Mattos** – Antes da palestra do professor Washington de Sousa Filho, vamos exibir um vídeo que mudou a forma de fazer telejornalismo. São cenas provocadas nos Estados Unidos na época de Martin Luther King. A violência transmitida diretamente, ao vivo, sem explicações dadas pela mídia, deixando que as pessoas reagissem à realidade das imagens. Vamos mostrar também uma pequena história de como evoluiu o jornalismo no mundo. Algumas experiências em países diferentes para que vocês tenham ideia e possam ter uma referência para fazer comparações. Este vídeo mostra também como é um dia nas redações dos telejornais quando existem muitas boas notícias e como é o dia quando não tem notícia nenhuma e faltam apenas quinze minutos para o telejornal entrar no ar.



## **O Jornalismo na televisão**

Washington de Sousa Filho

Boa noite!

Inicialmente queria agradecer o convite para participar deste seminário. A responsabilidade do convite é do professor Sérgio Mattos que, independentemente da condição de colega na Faculdade de Comunicação, é também um pouco responsável pelo trabalho que faço hoje. Um trabalho que estou realizando sobre televisão para o mestrado da Facom, onde Sérgio é o meu orientador de dissertação.

Antes de começar, gostaria de explicar a forma como vou fazer a minha exposição e dizer a vocês que a primeira preocupação é de tentar estabelecer um parâmetro para que a gente compreenda o que é que representa o jornalismo na televisão. De antemão, vou dizer para vocês que, independentemente do fato de estarmos falando de jornalismo de televisão na Bahia, a minha abordagem é uma abordagem de notícia, de jornalismo de televisai em nível nacional, até porque foi o estabelecimento de um modelo de jornalismo em nível nacional que permitiu uma ordenação ou reordenação do processo de fazer em nível regional. Hoje, o que a gente vê nas televisões em relação a jornalismo é uma repetição ou uma ocupação do espaço estabelecido pela programação que vem da rede. Um outro aspecto é tentar determinar de que maneira o jornalismo na televisão é importante, de que forma o telejornal é a principal forma de informação no Brasil e também tentar compreender u colocar o que eu penso em relação ao tema em debate, que é “Jornalismo cultural e produção cultural”.

Eu vou fazer essa minha conferência utilizando-me de um texto escrito onde vou ter minhas referências para trabalhar. Vou usar transparências para consolidar algumas informações e intercalar, numa ultima etapa, minha exposição com duas partes de vídeos, de uma reportagem sobre o “Jornal Nacional”, da rede Globo, não exatamente porque é o “Jornal Nacional”, mas porque de certa maneira ele é também um modelo que a gente tem de produção de noticiário em nível nacional. Também vamos apresentar duas matérias que foram veiculadas pelo “Jornal Nacional”, que têm a particularidade de representar a noção do que eu vou discutir aqui: o fato de que na existência de uma política que caracterize o jornalismo cultural, a gente tenha um aproveitamento de informações que poderiam ser enquadradas no campo do jornalismo cultural aproveitadas no conteúdo de todo jornal.

A questão do jornalismo na televisão brasileira é de que ela é a mais importante e ampla forma de informação que a gente tem no País. Essa abrangência representada pela capacidade das quatro redes de emissoras comerciais complementadas pela Rede Brasil, formada por televisões educativas. São 290 emissoras de televisão nas cinco regiões do País, sendo a maior parte da concentração delas na Região Sudeste. E essa concentração na Região Sudeste estabelece já uma grande influência em relação ao processo que a gente tem de seleção e transmissão de notícias, que é um aspecto que também vamos abordar aqui.

Essa importância da televisão na transmissão de informação no Brasil foi constatada através de uma pesquisa realizada pelo IBOPE (realizada em 1980), que apresenta os seguintes dados: Ouvimos três mil telespectadores, homens e mulheres, os resultados apresentados fortalecem a visão dessa predominância na televisão. O primeiro dado a partir do público pesquisado

é de que 73% da população brasileira tinham acesso à televisão. Isso não significa ter televisão, significa a possibilidade de assistir à televisão. Isso não significa ter televisão, significa a possibilidade de assistir à televisão. Desse universo, as mulheres acabam representando a maioria entre o público, natural até pela predominância delas, sendo que a maior parte das mulheres, 52%, assiste à televisão. Os homens, 48%. Em relação a programas de informação, e aqui temos o primeiro dado em relação ao poder da televisão na transmissão de programas de informação. É que os programas de informação são os preferidos pelos homens, que representa nesse aspecto um percentual de 87,4%. O programa de informação é o segundo na preferência das mulheres, com um índice de 71,3%. Em relação às mulheres, elas preferem mais as novelas, num percentual de 83,01%, sendo os programas esportivos a segunda preferência dos homens.

Essa preferência dos telespectadores também pode ser constatada por outros critérios. Uma nova avaliação sobre o crescimento do interesse do público por informação constatou uma elevação no período entre 1980 e 1991 de 74% para 81%. Enquanto o interesse por novelas passou de 63% para 74%, o que representa uma variação percentual maior em relação aos telejornais. Os dados são mais destacados em uma outra verificação, realizada pela “Folha de S. Paulo” e publicada em maio de 1992, sobre o aumento do número de programas jornalísticos. Em cinco anos, a elevação foi de 31%, passando de 39% para 50%. O período analisado foi de 1987 a 1992. Nesse período o espaço das emissoras para a exibição de novelas, que era de 9h10min, diminuiu para 7h10min. Enquanto o tempo dos programas de informação em relação à carga diária passou a ter o equivalente a 3h40min.

É importante ressaltar que a despeito desses dados serem referentes à programação e emissoras de São Paulo, eles são importantes na compreensão do que representam os programas de informação, considerando-se que São Paulo é o principal mercado de televisão no País. Inclusive, se colocando com dois dos principais mercados que são a capital, especificamente, e o interior de São Paulo.

Esses dados, independentemente do que representam numericamente, acabam sendo mais importantes se a gente considerar que houve aqui uma tentativa de ampliar o tempo destes programas. Nesses últimos cinco anos, se verifica essa elevação, principalmente na TV Bandeirantes e no SBT, que aumentaram em quase 100% o tempo disponível de programação nesse período.

Diante da disputa pela audiência, diante do poderio, digamos assim, estabelecido pela Globo na produção de novela, passou a ser mais barato (e aí há um paradoxo inclusive em relação a isso) produzir jornalismo ao custo de 10 mil dólares a hora do que fazer novela que representa quase 25 vezes esse tipo de custo. Fora isso, houve a opção, que é o caso da Bandeirantes, especificamente, pela segmentação na sua programação. Independentemente do caso da Bandeirantes, onde o “Show do Esporte” está sendo exibido há quase dez anos, houve progressivamente um aumento de programas esportivos na programação de emissoras. E aí esses programas esportivos são enquadrados como programas de informação.

Um outro aspecto em relação a essa preponderância da informação na televisão é o fato de que no Brasil os indicadores que se referem à leitura demonstram uma dificuldade, pois é fato evidente que o Brasil é um país de pouca leitura. Avaliando esses dados, a gente tem algumas referências em relação à leitura de livros. O índice de leitura no Brasil é de um título por

mil habitantes (dado apurado pela UNESCO em 1988). Só em termos de comparação, ele é inferior à França, que tem um índice de sete títulos por mil habitantes; ou à Coréia do Sul, que tem 10 títulos; um pouco acima do México, que é 0,6; e do Egito, que é 0,7.

Um outro dado apurado também por organismos internacionais e que é bastante demonstrativo da pouca opção e do pouco interesse pela leitura no Brasil é a tiragem diária de jornais. O percentual do Brasil dado em 1988 é de 55 exemplares por mil habitantes. O que não permite comparação com um índice como o do Japão: 566 exemplares por mil habitantes, enquanto o Chile, aqui na América do Sul, tem 65 exemplares por mil habitantes.

O jornalismo é contemporâneo em relação ao desenvolvimento da televisão no Brasil, que foi implantada em 1950. Desde a inauguração da primeira emissora, a PRFT Difusora, que viria depois a ser transformar na TV Tupi de São Paulo, que os programação de informação fazem parte da programação delas. O primeiro programa de informação foi exibido dois dias depois da inauguração da primeira emissora. Profissionais da época dizem que o programa tinha uma particularidade: ele tinha horário para começar mais ou menos definido, mas só acabava quando não tinha mais nenhuma imagem para ser exibida.

De qualquer maneira, o que marca a história do jornalismo no Brasil em relação à televisai é a estréia, em 1951, Dio programa “Repórter Esso”, da TV Tupi do Rio de Janeiro. Esse programa era um sucesso do rádio, um programa que foi idealizado para fazer a divulgação da propaganda de guerra dos Aliados, no Brasil. Foi um programa que teve similar e em outros países da América Latina, no mesmo período, o período da Segunda Guerra. Era um programa realizado também na televisão com características particulares: um apresentador exclusivo, o patrocínio de uma

única empresa, que era a Esso, e produzido com informações controladas por uma agência de notícias, o programa era supervisionado por uma agência de publicidade, a quem competia fazer todo tipo de observação em relação ao programa. Esse programa se transformou em um marco do jornalismo brasileiro na televisão e foi repetido em muitas das nove emissoras inauguradas por Assis Chateaubriand, que foi o pioneiro da televisão no Brasil, incluída aí a TV Itapoan (emissora do grupo, instalada na Bahia em 1960) que chegou a ter aqui também o seu “Repórter Esso” e mais tarde um outro programa com as mesmas características, chamado “Telejornal da Petrobrás”.

Um outro marco significativo na história do jornalismo brasileiro foi o “Jornal de Vanguarda”, um programa idealizado pelo jornalista Fernando Barbosa Lima, hoje [1994] diretor-geral da Rede Manchete, que foi ao ar em 1992. Era um programa inovador, principalmente por ter instituído a participação de jornalistas em programas de televisão. E a maioria desses jornalistas atuava como comentarista. Alguns deles ainda trabalham em emissoras brasileiras. É caso de Vilas Boas Corrêa, de Nilton Carlos, além do próprio Cid Moreira, que foi um dos apresentadores, não exatamente apresentador; porque o formato do programa não tinha a figura definida que a gente conhece de apresentador. Ele era chamado de “Sombrinha”, porque era um cara que junto com o irmão, chamado Célio Moreira, e um outro apresentador, chamado Luis Jatobá, fazia leituras em off de informações veiculada no Brasil.

O “Jornal de Vanguarda”, mesmo premiado na Espanha como um dos melhores jornais de informação do mundo, não sobreviveu aos tempos difíceis do País a partir de 1964 e foi retirado do ar. Devido ao seu sucesso, o modelo do programa foi repetido em outros, tais como “Show de

Notícias”, da TV Excelsior de São Paulo, e o “Cinco é Notícia”, aqui da TV Itapoan, em 1968. Segundo Fernando Barbosa Lima, naquela época ele preferiu retirar o programa, deixar de exibi-lo, fazendo como se faz com cavalo de raça, dando um tiro na cabeça. Ele preferia retirar o programa do ar do que deixá-lo sendo exibido já sob a influência da censura que tinha se instaurado no Brasil.

De qualquer maneira, para a noção de jornalismo que a gente tem na televisão brasileira, a noção contemporânea, o paradigma do jornalismo na televisão brasileira que viria a ser o “Repórter Esso”, só se consolida a partir de 1972, embora ele tenha estreado em 1969 (1º de setembro de 1969), no momento em que uma junta militar assumiu o controle do País. E, assim, o “Jornal Nacional” foi ao ar pela primeira vez sem poder divulgar qualquer informação que se relacionasse com o estado de saúde do então presidente Costa e Silva.

O que garantiu o sucesso do “Jornal Nacional” a partir de 1972 foi a complementação do sistema de microondas que começou a ser instalado no Brasil a partir de 1967 pela Embratel. De fato, embora os registros digam que o “Jornal Nacional” começa em 1969, passando a ser o primeiro programa transmitido para todo o País, ele só passa a ser assim em 1972. Porque só então se complementa a ligação do tronco Norte/Sul via microondas, possibilitando, de fato, essa condição. A consolidação desse processo do “Jornal Nacional” ocorre em um instante em que a realidade política do Brasil era representada pelo exercício arbitrário do poder. O cerceamento cada vez maior das mínimas liberdades, particularmente da liberdade de informação.

A televisão e por extensão o seu jornalismo por meio de programa de informação são representações desse tempo. É inegável, não se pode

desconhecer, que o que se tem como realidade do jornalismo na televisão brasileira hoje é consequência direta dessa época do Brasil. O modelo que se desenvolveu confirma isso. A ideia era de que o País era uma ilha de tranquilidade, num oceano de incertezas, a ponto de o presidente da época, general Garrastazu Médici, se permitir dizer que se sentia tranqüilo ao poder dormir toda noite depois de assistir aos telejornais e constatar que apenas no Brasil a situação era tranquila. Na verdade, “ilha de tranquilidade” foi uma expressão dele. A realidade é que, sob censura, não se permitia aos programas de televisão, não se permitia aos jornais, não se permitia especificamente às televisões, que tinham todo um processo de operação centralizada, maior liberdade de atuação. Especificamente os programas de redes exibidos da mesma forma que o “Jornal Nacional”, inclusive os programas regionais, eram controlados pelo regime militar.

Nesse mesmo contexto também começa a ocorrer o processo do desenvolvimento tecnológico com o surgimento de equipamentos mais leves e mais ágeis, o que de certa maneira ampliou o controle com a centralização do processo de transmissão e a seleção da notícia a partir do surgimento em cadeia, em cada uma das emissoras em posição de rede, de programas com características iguais às do “Jornal Nacional”.

Particularmente uma observação que vale para a história da televisão brasileira. O Brasil vive um momento que, independentemente, da realidade política, tem também uma cobrança específica do sistema de governo: o ministro das Comunicações da época, Higinio Corcet, chega a fazer verdadeiros manifestos dizendo que era inconcebível a uma televisão que tinha sido constituída com investimentos do Estado não participasse do processo de integração nacional. E essa história do Brasil é particular, todo o sistema que a gente conhece de funcionamento das televisões, do sistema



de microondas e telecomunicações, assim como telefone, telex, toda essa rede de telefonia foi montada com investimentos do Estado. Investimentos feitos pelo governo brasileiro. Primeiro com a constituição do chamado Contel, que era o código nacional, o programa de telecomunicações a partir de 1962. Depois, a implantação da Embratel. Quer dizer, por conta dessa realidade e uma situação que foi justificada como componente da política de segurança nacional, a necessidade de integração do Brasil por via de sistemas de comunicação e telecomunicação passa a existir, passa a ser cobrado pelo regime militar que a televisão também representasse essa noção de grandeza, de reconhecimento. Tanto que nessa época ocorre na Rede Globo, especificamente, o afastamento de apresentadores como Chacrinha, Dercy Gonçalves e Silvio Santos, e se começa a cobrar uma noção de televisão em que ela fosse pura, que a imagem fosse límpida e principalmente que fosse uma televisão bonita, que correspondesse ao que se considerava o processo político do País de crescimento, a noção de Brasil grande.

Essa agilidade, que veio em decorrência dessa tecnologia que se relaciona ao próprio sistema militar, principalmente pela utilização de equipamentos mais leves e que garantiriam maior agilidade, não refletia um jornalismo comprometido com interesses sociais. Em pequena ou grande escala, diversos fatos reproduzem os interesses das emissoras na produção de programas de informação com destaque para uma atuação comprometida com os interesses do País ou dos telespectadores. O público passa a ser uma referência de audiência avaliada por interesses do País ou dos telespectadores. O público passa a ser uma referência de audiência avaliada por interesses estereotipados, o que transforma a veiculação de notícias em corridas pela divulgação dos acontecimentos inusitados,

definidos por um pesquisador norte-americano em um estudo sobre a cobertura dos meios de comunicação sobre a América Latina como desvios e exceções.

A minha concepção diante do contexto em que se elabora a produção de notícias no Brasil é de que inexistente uma ação específica que possa caracterizar um modelo a ser definido como jornalismo cultural e reflita uma política de cultura. O processo de seleção e transmissão de notícia é avaliado por critérios iguais. A notícia de maior valor é a de maior repercussão, uma condição reconhecida pela possibilidade de ser identificada pela variação de audiência. Isto significa que, muitas vezes no jornalismo da televisão brasileira, não é exatamente a notícia que representa interesse e sim o que representa audiência. Um exemplo recente foi o episódio da morte de Ayrton Senna. Na medida em que houve o interesse na divulgação dos fatos, de uma maneira acumulativa, as emissoras começaram uma corrida entre elas para ocupar o maior espaço que fosse possível, ampliando suas respectivas audiências. E nesta tentativa, a disputa pela audiência é que determinou o contexto da cobertura, independentemente da maior ou menor comoção que tivesse representado o fato.

Nesse contexto, o que vale como regra para notícia no Brasil é a atualidade. Sobrevivem os assuntos que a pertinência deles permite a existência até a exibição dos principais jornais das emissoras. A lógica dos programas de informação na televisão em relação ao jornalismo cultural de forma alguma é particular. De certa maneira, na televisão não existe a preocupação em compor um roteiro de variedades ou mesmo de completar algumas discussões como ocorre na imprensa (jornalismo impresso) através dos chamados “2º cadernos” ou “cadernos temáticos”. É uma situação

improvável na televisão que ainda padece uma dificuldade que é a inexistência de editorias especializadas, uma forma de organização interna que permitisse a seleção específica por assuntos.

Como vocês puderam observar na fita exibida sobre a morte de Mário Quintana, até estruturalmente, parte desse material tem referências no conteúdo dele que aproximam muito de tudo que foi exibido em relação a Ayrton Senna ou em relação a muitos outros mortos que a televisão destaca. O que chama a atenção é exatamente esse contexto. Quer dizer, não há uma preocupação do jornalismo em relação à referência. Te digo mais, até a atenção ou até a percepção, o que foi dito em relação ao estado de saúde de Mário Quintana, de que há uma semana estava doente, foi apenas na abertura da segunda matéria que foi ao ar no “Jornal Hoje”. Claro que a gente está vendo aqui duas matérias no contexto isolado. Duas matérias apresentadas para ilustrar um aspecto. Mas, durante todo o período em que Mário Quintana estava doente, não se tinha nenhum outro tipo de referência.

Da mesma forma, vale registrar nesse contexto o que ocorreu no “Jornal Nacional” durante o centenário de nascimento de mãe Menininha do Gantois, quando, a despeito de não ter exibido em nenhum outro momento alguma coisa que se relacionasse às comemorações que foram realizadas em Salvador durante a semana, o “Jornal Nacional” no dia em que completava os cem anos de nascimento de mãe Menininha do Gantois, montou uma estrutura de transmissão que é comumente utilizada nas situações que um autor português chamado Nelson Traquina chama de desordem, e fez aqui a transmissão de um bloco do noticiário sobre mãe Menininha do Gantois, exibindo uma matéria completamente

descontextualizada, mas que conseguiu fazer o registro da mesma forma que fez com a morte de Quintana.

O que eu diria para concluir é que, na televisão, no jornalismo, os fatos relacionados à cultura são divulgados de acordo com a dimensão representada por eles. O mais comum é quando ocorre a morte de uma personalidade artística importante. Uma situação já tão clara para os profissionais que se relacionam com esse campo, que motivou uma ironia de uma antiga editora da Rede Globo. Ela conta que para a veiculação de assuntos da área de cultura no “Jornal Nacional” era preciso morrer alguém importante. E diz ele: “Então, a editoria de cultura era conhecida por todos na emissora como editoria de obituários”.

## Comentários

Vera Martins

Os números que o professor Washington mostrou provam com dados o que já havia sido falado aqui antes. Lembro-me que foi falado aqui para vocês que havia uma evolução na preferência da audiência dos telejornais e das emissoras de televisão, inclusive da Globo. Se antes não havia uma demanda muito grande, pelo menos se preocupava tanto com noticiários, com telejornais, mais com novelas. À medida em que a abertura foi se consolidando, a sociedade civil, a população foi se tornando mais exigente e questionadora. À medida que nós fomos evoluindo politicamente, a democracia também foi se consolidando, mudando a situação. Eu acrescentaria um dado aos que o professor Washington colocou. É que algumas emissoras preferiram segmentar e deixaram de produzir muitas novelas, passando a produzir noticiários, por conta do custo. Isso, de fato, acontece, ocorreu e ainda ocorre. Mas, eu acrescentaria que houve também esse dado político, esse dado que acontece ainda hoje. Acho, inclusive, que a exigência cresce, as pessoas querem se informar. Uma prova disso é este seminário que ocorre aqui. As pessoas realmente estão interessadas e quando eu pergunto por que , é por causa do que está acontecendo no País. Acho que só participando é que se pode ter alguma influência. De certa forma é até uma novidade. Você fica um pouco surpresa porque a gente fala com descontentamento, desesperança, talvez até uma avalanche de voto nulo ou em branco, mas se vê que não é bem assim. As pessoas estão querendo interferir e daí o fato que os noticiários de televisão, principalmente, estão sendo mais questionados, mas exigidos. As pessoas querem mais informações.

Outro aspecto que eu queria comentar diz respeito à elaboração dos telejornais que começam há muito tempo, mas só alcançam a notoriedade com o “Jornal Nacional”, que é um jornal de integração nacional que também foi idealizado num contexto que teve tudo de acordo com o governo local da época, com os governos militares que deram todo o apoio porque tinham interesse no desenvolvimento das telecomunicações. E até a época da abertura, pelo menos, a notícia não recebia o tratamento adequado, o tratamento necessário. Lembro de uma fase, que eu acho até uma frase chocante, do Armando Nogueira, que foi diretor da TV Globo durante muito tempo. Ele dizia várias vezes que a televisão, o noticiário, o telejornal da TV Globo deveria ser um show. Ele, Armando Nogueira, e seu braço direito, Alice Maria, encaravam o noticiário dessa forma.

O padrão Globo de qualidade virou sinônimo de beleza plástica, aquele aspecto *clean* e preponderante. Muito mais importante o padrão “global”, a estética, o *show* do que a notícia. Aliás, Armando Nogueira diz o contrário: a notícia é o show, a notícia deve ser o *show*. Isso me faz lembrar também quando trabalhei na Manchete, há muito tempo, mais ou menos na mesma época, quando era exigida também para que a reportagem ou a fotografia, fosse publicada, que ela atendesse a alguns requisitos básicos, por exemplo: tivesse as cores primárias azul, vermelho e amarelo e que ela mostrasse bastante beleza. É como dizia o redator-chefe da época, famoso até, mas que já morreu, Alexandre Martins. Ele diz que “a fotografia devia mostrar um Brasil caindo de glória”.

Eu fazia uma analogia, uma comparação, e achava muito próxima da filosofia da Globo da época. Se a reportagem, se a fotografia mostrasse alguém desdentada, por exemplo, a reportagem era vetada, não podia mostrar não.

A sociedade quer ver um noticiário mais completo e quer saber o que está acontecendo no País e no mundo. Exatamente como acontece, quer dizer, a verdade. Isso aí é uma prova bem evidente, como apareceu aqui num *videotape* que o professor Sérgio Mattos exibiu logo no início da noite, começo e foi a prova mais evidente disso na época das campanhas para as Diretas, que a Globo omitiu totalmente a realização do comício em São Paulo que reuniu 400 mil pessoas, enquanto uma matéria, numa reportagem até grande, mostrava o *show*, mostrava a quantidade de pessoas, mas dizia que era o aniversário de São Paulo. Em nenhum momento falou que era um comício pelas Diretas Já. Isso foi uma coisa chocante. Lembro-me bem, eu estava viajando em Belém do Pará e louca para saber como tinha sido o comício, se tinha tido receptividade ou não, liguei a televisão e esperei, esperei, esperei e quando eu vi no final, aí vem aquela notícia: aniversário de São Paulo, Chico Buarque cantando. Na verdade, as imagens eram de um comício pelas Diretas e a Globo omitiu para o Brasil inteiro naquela época. Quer dizer, quarenta milhões de pessoas, e o comício não existiu. Quatrocentas mil pessoas foram à praça, mas isso não existiu. A gente está falando muito em Globo aqui, mas temos que levar em conta que se trata de uma emissora que tem 80% de audiência em média. Então, realmente, é uma influência muito grande e molda comportamentos.

A importância que tem uma emissora como a Globo, com seus 80% de audiência, é grande e perigosa também. A televisão embute um risco muito grande ao moldar comportamentos e consciências. Lembro isto agora por conta do que aconteceu no episódio da morte de Ayrton Senna. Claro que no início foi uma comoção, as pessoas se emocionaram muito. Pessoas que gostavam muito do Ayrton Senna, outras pessoas que nunca tinham visto uma corrida de automóveis, nunca tinham visto Ayrton Senna e sentiram

muito, foi uma morte brutal. Mas aquela comoção fez São Paulo parar e todo o noticiário do “Jornal Nacional” foi concentrado na morte de Senna. Não existia mais nada, nem o problema do Fiúza existia mais. Nada, só existia Ayrton Senna. A ponto de uma garota de dezesseis anos de idade se suicidar. A menina se suicidou em Curitiba alegando que queria se encontrar com Ayrton Senna. Para mim isso foi uma prova mais que evidente da influência da televisão. Claro que no início houve uma emoção, uma comoção, mas sem dúvida nenhuma as coberturas, não só da Rede Globo como da TV Manchete, do SBT, influenciaram e induziram a esse comportamento.

Algo parecido ocorreu na época de Tancredo Neves. Apesar de os noticiários não chegarem a tanto, houve também uma indução. Há algumas matérias sobre isso, alguns estudos sobre isso, mostrando que naquela época quando aparecia o Antônio Brito, que ia ler o boletim sobre a doença, a evolução da doença, aquelas pessoas que ficavam na porta, rezando e tal, na hora que viam a câmera de televisão, começavam a chorar, gritar e balançar o terço, rezavam alto, enfim, bastava a câmera ser ligada. Isso eu acho que é uma prova incontestável de como a televisão influencia e do risco que ela embute. Um risco que não só molda consciências, mas que deforma comportamentos. Molda consciências no sentido de fazer ser simpático este ou aquele outro candidato. Eu não diria aqui o que algumas pessoas já falaram, que a Globo elegeu Fernando Collor. Eu acho que não se chega a tanto. Mas que induz, que colabora e que pode ser decisiva até a cobertura.

Basicamente, há uma diferença da cobertura, da transmissão de cultura em televisão. Há uma diferença, muito grande do que é feito no Brasil e do que é feito na Alemanha. O público é bastante diferente. Aqui no Brasil



uma cobertura de cultura pouco ultrapassa, pouco transcende a reportagem e às vezes tem que ser quase que didática, como a editora falou: “A pessoa morreu, o autor morreu”, para que se dê algum espaço.

Em geral, a cultura, a editoria de cultura é confundida com variedades, como acontece também no jornal impresso. Poucos jornais dispõem de caderno cultura. “A Tarde” tem um caderno cultural, alguns jornais de circulação nacional também, mas caderno de cultura como se imagina, com discussões, algo denso, é difícil. Em geral é confundido com variedades. É um *show*, no caso aí um escritor, mas a forma como é feita, como é transmitida, até isso tem seu lado positivo porque o editor tem que utilizar toda a sua criatividade para transformar aquela reportagem, aquela matéria em algo atraente para seduzir justamente aquelas pessoas que não estão muito disponíveis para esse tipo de assunto, para consumir esse tipo de assunto, que é um assunto cultural, o cultural propriamente dito, que não seja simplesmente a variedade, o filme, o cinema, o vídeo, o artista cantando, que é isso que o público pensa que é cultura. Difícilmente teremos aqui um programa de debate, sobre um livro ou uma exposição, de forma assim tão aprofundada como é feito na Alemanha. Isso aí está claro, é uma consequência ainda do tipo de público que nós temos e vai levar ainda algum tempo para se chegar até esse ponto.

Obrigada!

**Debates do dia 13 de maio de 1994**

**Sérgio Mattos** – Vamos então às perguntas. A primeira é dirigida a Dirk Kaemper.

***Pergunta** – A arte de um modo geral não é bem refletida pela televisão. Então, não seria preferível extinguir a cobertura porque há o perigo de a arte tornar-se fútil e superficial e simplista quando colocada pela televisão?*

**Dirk Kaemper** – Este é exatamente o ponto a que eu me referi antes. Isso é o que exige a maioria dos artistas. Mas eu penso que não se trata em absoluto de extinguir por completo a transmissão sobre arte na televisão. O que nós podemos fazer é não tentar explicar a arte, mas, com o nosso trabalho, fazer um trabalho que seduzisse o ouvinte, o telespectador se interessar e tomar a iniciativa de chegar diretamente até a obra de arte.

Ainda antes de começarmos, uma pessoa da platéia pediu que eu desse uma explicação sobre um tema que se refere aos estudantes de Comunicação e a participação deles na televisão. Sobre isso é necessário notar que a situação na Alemanha é diferente do Brasil. Poucos jornalistas que atuam na televisão estudaram esta profissão, ou são formados. Até onde sei, acho que jornalismo é ensinado em uma única universidade na Alemanha. O jornalista na televisão é proveniente de outras áreas de formação. Eu, por exemplo, estudei arte. Outros jornalistas provêm de cursos como Filosofia, Política, Sociologia etc. As chances de ingressar profissionalmente na televisão na Alemanha não são muito diferentes das do Brasil. Ou seja, a demanda, a procura, é muito grande. Para um jovem estudante que ainda está terminando um curso é preciso ter boas relações ou então ter muita sorte. E a formação acontece naquele método: fazendo por si próprio ou

através de determinados cursos de aperfeiçoamento profissional que as próprias emissoras organizam para o seu pessoal. Mas esses cursos são muito raros. Há centenas de candidatos para poucas vagas. Acontece ainda que, na televisão alemã, a maior parte do trabalho é feita por *free-lancers*, pelo trabalhador que não tem um vínculo empregatício com a empresa. Naturalmente cabe aos redatores, que possuem emprego fixo na empresa, fazerem avaliações e decidirem quais das colaborações dos programas apresentados por esses *free-lancers* serão transmitidos, que eles aceitarão ou não.

*Pergunta – Não poderia haver jornais clandestinos elaborados por jornalistas progressistas distribuídos entre a população? Artista só se torna famoso quando morre?*

**Washington de Sousa Filho** – É a realidade, lamentavelmente. Não significa que só exista artista porque ele morre. Mas, a noção de informação predominante é que permite torná-lo conhecido depois da morte. Eu acredito na via democrática nessa questão sobre jornalismo.

*Pergunta – Se a TV é esse aparelho ideológico tão eficiente a seus proprietários e ao próprio Estado, já que é industrial a sua intensa colaboração na manutenção do status quo, como ela poderá um dia conviver com a tão sonhada democracia se o seu objeto principal é tornar as massas dóceis à sociedade capitalista para que essas não sejam capazes de desnudar a contradição inerente ao sistema de classes, do qual, querendo ou não, fazemos parte. Qual a sua postura frente a essa questão?*

**Vera Martins** – O sistema de concessão de canais hoje é um sistema que passa pelo Congresso, mas nós também já vimos que no Congresso há interesses. Os próprios políticos têm interesses em manter seus canais de televisão para usá-los politicamente para se elegerem. Isso é o que acontece

hoje. Não quer dizer que amanhã será assim. Pode ser que com o novo governo tudo isso possa mudar. O Brizola diz isso a toda hora, já disse até em entrevista. Já disse a mim, em entrevista, que se ele for eleito presidente da República a primeira coisa que ele vai fazer é estatizar a Rede Globo. Obviamente que ele não pode estatizar assim da forma que ele diz, mas o que quer dizer é que adotaria uma medida para acabar com o monopólio da Globo. Não sei a posição de Lula, mas imagino que ele faria pelo menos uma revisão. Acho que qualquer outro presidente da República que assumir vai ter uma postura sobre revisão. Fernando Collor falava isso também. Ele não deu concessão nenhuma. Ele não concedeu nenhum canal de televisão, mas também não fez nenhuma revisão. A Constituição manda inclusive que o Conselho de Comunicação atue (esse conselho ainda não existe). Acho que vai haver mudanças, a própria sociedade vai exigir isso. Há um fórum pela democratização da comunicação. É como se fosse um movimento de jornalistas que brigam pela democratização da comunicação. É como se fosse um movimento de jornalistas que brigam pela democratização da comunicação. Tem apoio também de alguns políticos, de alguns deputados, embora seja difícil que um político, de alguns deputados, embora seja difícil que um político, de peito aberto, brigue, por exemplo, com Roberto Marinho. Quem fez isso foi o Brizola, que até hoje sofre as conseqüências, E o senador Jutahy Magalhães, que tem um projeto e toda hora é xingando por todo mundo que trabalha na Globo e é uma confusão danada. Mas, ele tem um projeto de abertura e pela democratização das comunicações que passaria por uma revisão de canais, passaria por um melhor rigor nessa concessão de canais. Por enquanto, a situação é essa: quem tem televisão, quem explora canais quer ter lucro.

Se não for financeiro, é político. Atualmente é muito mais político, pois é a situação no País inteiro, basta fazer qualquer levantamento. Basta ver aqui na Bahia qual a televisão que não tenha um vínculo político direto ou indireto.

**Washington Sousa Filho** – A primeira coisa é que a tendência mundial é de tentar se aproximar um pouco do sistema que temos no Brasil, o sistema de emissoras privatizadas, mas com uma preocupação fundamental em relação à questão da concessão. A questão da concessão é que é um problema grave no Brasil e tem dois dados aqui. Um é de que no governo Sarney, de 1985 a 1988, com Antonio Carlos Magalhães no Ministério das Comunicações, se fizeram 1.028 concessões de rádio e televisão. Uma quantidade que só foi superada pelos outros governos que vão de 1934 a 1979, que chegou a 1.473. E um outro dado é que dos deputados eleitos para a legislatura de 1987-1990 que se tornaram proprietários de rádio e televisão, 52% deles conseguiram se reeleger. Um índice significativo quando se considera que houve uma renovação de 62% naquela eleição, ou seja, apenas 38% dos deputados constituintes conseguiram retornar à Câmara. E esse processo de concessão no governo Sarney foi muito vinculado ao mandato de quatro para cinco anos para Sarney.

**Vera Martins** – É claro que isso aí pode mudar. O fundamental é a gente lembrar que a exigência da sociedade é determinante. A sociedade, por exemplo, exigiu que a Globo entrasse na cobertura das Diretas. Foi uma exigência, pois ela começou a perder audiência. Então mudou. Existe uma série de outras mudanças de comportamento. Isso quando a sociedade se torna mais forte e aí se torna mais influente. A esperança e a tendência é a seguinte: a sociedade vai exigir que as coberturas e os telejornais apresentem notícias verdadeiras. Como prefere agora assistir a Boris

Casoy, não estou dizendo que ele fale a verdade, acho até um pouco exageradas essas críticas que ele faz, mas enfim ali se vêem as notícias, se vê mais do que se vê na Globo. Então, as notícias melhoram nesse sentido.

*Pergunta – Há alguma estatística com relação à faixa etária do público alemão que prefere programas culturais?*

**Dirk Kaemper** – Há uma estatística que se refere à faixa etária média e essa estatística diz, não cito aqui os números, que as pessoas que se interessam por programas culturais são um pouco mais jovens dos que os outros telespectadores dos demais programas. Quer dizer, na maioria, os programas culturais são vistos pelo público mais jovem.

*Pergunta – O conferencista afirmou haver uma certa incompatibilidade entre a televisão e outras formas de cultura, usando como exemplo a pintura. Qual a influência da informática no sentido de diminuir essa incompatibilidade, já que coloca à disposição de um número cada vez maior de pessoas os recursos da multimídia, o que aumenta a interatividade entre as formas de comunicação?*

**Dirk Kaemper** – Vou tentar responder à pergunta até onde eu consegui entendê-la.

Uma nova tecnologia, que no futuro vai ser com certeza oferecida, permitirá naturalmente a possibilidade de uma interatividade dessas formas de manifestações culturais. Embora esse conceito de interatividade seja um conceito que nós poderíamos discutir horas a fio, mas isso não vai impedir em nada que tentemos transportar um meio de comunicação através do outro, seja de forma interativa ou seja de outra forma.

**Sérgio Mattos** – Gostaria que Washington esclarecesse para os participantes deste seminário quais são atualmente os critérios da seleção das informações para os telejornais no Brasil

**Washington de Sousa Filho** – O primeiro aspecto é que os telejornais são de abrangência nacional. Significa que há uma preocupação em veicular informações que possam atingir todo o País, informações que possam representar compreensão de todo o País. Isso cria um problema. Meu objeto de estudo especificamente é uma realidade antiga, porque o “Jornal Nacional” representaria essa noção de notícia que é nacional. O que tem hoje, eu tentaria interpretar por esse aspecto de primeira abrangência nacional, é uma outra realidade que é determinada pelo que representa determinado fato em termos de atualidade. Há uma regra mais ou menos seguida em relação ao jornalismo em geral que é comum, mas é mais visualizado, digamos assim, em relação ao jornalismo impresso, notícia é muitas vezes o que acontece hoje. E, que para a gente compreender como leitor e para veiculação, a referencia é sempre como a agente vê nos jornais de ontem. Para a televisão também prevalece a atualidade. O que vale para ela é também o que acontece hoje. E esse acontecimento de hoje é determinado pela possibilidade que a televisão tem de transmitir esse fato. E hoje a televisão tem condições tecnológicas que permitem a ela, em alguns casos (eu estou falando de uma situação técnica que especificamente não é o caso da Bahia), a transmissão dessa informação muitas vezes até do espaço de tempo. Acho que tem até um contexto em relação ao fato da morte de Ayrton Sena e que não foi percebido, e eu estou raciocinando como jornalista, é que pela primeira vez talvez o público mundial teve a oportunidade de ver uma morte no instante real. O fato jornalístico é esse.

O que era conhecido nesse tipo de situação tinha sido a explosão da Challenger, que foi um fato muito mais acompanhado nos Estados Unidos porque a CNN transmitia ao vivo. Isso quer dizer, a Guerra do Golfo foi

um outro tipo de exemplo disso. A gente tem uma tecnologia de equipamentos que permite a transmissão praticamente simultânea, que foi a participação de Peter Arnet, correspondente da CNN na Guerra do Golfo. Peter Arnet transmitia de Bagdá através de um sistema de microondas, que é um equipamento que as televisões utilizam para poder transmitir um sinal de um ponto a outro simultaneamente, carregado em uma mochila nas costas dele. Esse tipo de condição permitia a ele na hora que ele dispusesse de uma câmera, que não aconteceu no caso particular dele, transmitir qualquer coisa que estivesse acontecendo naquele momento.

Espero ter sido claro. O sentido seria a busca de uma noção de realidade. O fato mais próximo possível do tempo real e uma realidade técnica que permitisse que essa simultaneidade fosse possível de ser acompanhada na transmissão da televisão.

***Pergunta** – Sobre a análise das emissoras comprometidas, como ficam a função social e os princípios do jornalismo ressaltados por você, ontem?*

**Vera Martins** – Os jornalistas sofrem muito também. Às vezes eles ficam entre sobreviver e atender ou ficar ali tentando fazer o máximo dentro do mínimo. Alguns simplesmente não conseguem e saem. Tem muita gente fora do mercado de trabalho. Boa parte dos jornalistas está trabalhando fora. Não só por questões salariais, mas por conta até desta situação atual que é muito ruim, tanto nas TVs como nos jornais também. Outros até já se conformaram, acham até que tanto faz trabalhar na televisai de Antonio Carlos Magalhães ou na televisão de Pedro Irujo. Eu, particularmente, discordo, acho que há nuances, há diferenças básicas, mas há um certo acomodamento. Isso eu acho perigoso. Sinto isso por parte de alguns profissionais de imprensa, sinto isso enquanto professora da faculdade também. Eu vejo que alguns alunos, às vezes, fazem algumas



matérias para o jornalismo impresso e quando eu digo: “Mas você não colocou isso na matéria”. E eles respondem: “Mas isso não ia sair mesmo”. E eu fico assustada porque já estai se autocensurando antes de irem para a rua, antes de saírem da faculdade já estão se autocensurando. Isso é perigoso.

Claro que há um descompasso e essa função social não é cumprida quando se está atendendo aos interesses do patrão. Os interesses do patrão dificilmente coincidem com os interesses da comunidade. Agora eu conheço casos que há jornalistas que tentam fazer o máximo. Nem todas as reportagens têm um interesse político e, mesmo quando há um interesse político, tentam de alguma maneira não serem desonestos, atender à ética na medida do possível. Às vezes não é possível. Quando é possível, eles se defrontam com o dilema entre ficar ou pedir demissão, ser demitido ou entre ficar e atender ao que o patrão quer e ferir o seu princípio ou sair.

***Pergunta** – Você não acha que estatizar a TV Globo aumentará o apadrinhamento que é praxe nos órgãos públicos brasileiros, mesmo que o PT o faça? Exemplo: predominância de membros nem sempre profissionais técnicos, políticos qualificados da articulação do PT na gestão de Erundina em São Paulo, caso CMTC.*

**Vera Martins** – Quem falou em estatizar a Rede Globo foi Brizola. Eu disse que ele falou várias vezes isso. A outra solução, eu acho que é melhor. Nós temos exemplos aqui de TVs estatais e que realmente são problemáticas. Nós temos a TV Educativa, que basicamente tem os mesmos problemas ou mais até do que a TV 11, a TV Bahia, que é controlada pela família do ex-governador ACM. Porque lá, por exemplo, eles ficam com receio porque não têm a medida exata. A notícia que eu tenho de gente que trabalha lá, de editores e pessoas até graduadas, ele

têm pessoas próximas. Pessoas que possam dizer: “Pode dar esta notícia, este nome pode sair, este outro não pode”. Então, basicamente lá a lei é essa: na dúvida, não bota. Então, a censura é maior ainda. Acabam censurando mais.

Eu acompanhei até o nascimento da TVE. Trabalhei três meses lá até me descobrirem. Era o governo João Durval Carneiro. Teve mesmo muito apadrinhamento, muita gente que não entendia nada de televisai. Depois, eu voltei como coordenadora na época do governo Waldir Pires e infelizmente não foi tão diferente. Fiquei oito meses. Tinha também apadrinhamento, muita gente que não entendia de televisai, muita gente sem registro. Quer dizer, estatizar talvez não seja a solução ideal, mas há uma fórmula mista. Nos Estados Unidos há uma fórmula que tem um resultado bastante positivo, que é o sistema público com a interferência e a participação de entidades civis na elaboração da programação. O que seria na realidade um sistema misto? Seria um sistema que não é estatal e nem totalmente privado. Isso é o que tem funcionado melhor. Há propostas nesse sentido, há estudos também nesse sentido. Nem tanto, nem tão pouco. Seria uma forma de conseguir um consenso.

Capítulo 3

**Mídia impressa e mídia eletrônica:  
Política atual e reflexo cultural**

Conferencistas: Dirk Kaemper e Sérgio Mattos

Debatedor: Washington de Sousa Filho

Moderador: Roland Schaffner

## **Cultura e política na mídia alemã<sup>2</sup>**

Dirk Kaemper

Boa noite!

Para começar, eu gostaria de fazer um pequeno esboço sobre de que forma, na Alemanha, a gente pode se informar sobre eventos políticos. Para então mostrar como nós da programação cultural tratamos de assuntos políticos.

Em 1954, quando a televisão foi introduzida na Alemanha, muitos viram isso como o fim do rádio e da imprensa. Mas, como nós sabemos hoje, isso não se tornou realidade, ao contrário. No ano de 1989, ou seja, ainda antes da reunificação da Alemanha, os veículos impressos atingiram, por edição, 83% da população, ou seja, 40 milhões de pessoas de um total de 60 milhões. Desde a reunificação, esta percentagem caiu ligeiramente, mas isso não quer dizer que os alemães da Alemanha estão lendo menos. De fato, o comportamento de leitura se modificou. Também a rádio, na Alemanha, que está organizada da mesma forma que a televisão de direito público, tem uma audiência bastante alta. As cifras são quase iguais às das mídias impressas. São mais ou menos 40 milhões de pessoas que diariamente estão ouvindo o rádio, ou seja, 82% da população acima de 14 anos. Então a gente pode concluir que, na Alemanha, de fato a televisão não substituiu, mas complementou as outras mídias.

---

<sup>2</sup> Conforme tradução simultânea e gravação

A televisão de direito público teve um monopólio de informação política até o início da década de 80. O horário de informação política era em torno das oito horas da noite. A partir do momento que foram permitidos canais comerciais, a informação política na televisão sofreu uma transformação bastante grande. Atualmente, o telespectador alemão pode ver notícias políticas por trinta minutos em vinte a trinta canais diferentes. E, além disso, tem um canal especializado que só transmite notícias políticas, uma imitação de uma tradição nos Estados Unidos: um canal que se chama NTV, que transmite exclusivamente noticiário político. Ou seja, este canal acompanha todos os acontecimentos atuais da política. Além disso, na Alemanha existe também um sistema chamado videotexto, que é um jornal transmitido através do vídeo, dando notícias escritas regularmente. Porém, este sistema de informação está sendo aproveitado por pouca gente.

Essa situação das informações através de rádio e imprensa deixa claro que, quando a televisão começou a transmitir sua programação política, o público já detinha alto nível de informação. Similar aos programas políticos, os programas culturais também só podem aprofundar as notícias que já foram transmitidas por outros meios. Porém, quando os programas culturais também só podem aprofundar notícias que já foram transmitidas por outros meios. Porém, quando os programas culturais mexem com a política, eles entram em um campo perigoso. Isto porque, na Alemanha, não se questiona se a política e a cultura são inseparáveis. Mas, nas áreas de produção, de programação, essa separação entre cultura e política ainda é irracionalmente mantida. Ou seja, cada emissora de televisão tem duas redações estritamente separadas. Uma redação de cultura e uma redação de política. Isso resulta muitas vezes em conflitos entre as duas redações,

principalmente quando a redação de programações culturais mexe com a área política.

Isso explica o fato de que, relativamente tarde, só a partir dos meados da década de 70, as programações culturais começaram a tratar de eventos políticos. Isto também com a intenção de ampliar a noção cultural que até então foi relativamente tradicional. Hoje em dia, os programas culturais mostram a clara afinidade com os programas políticos, ou seja, uma ligação com a atualidade política. Isso naturalmente tem a ver com o fato da reunificação da Alemanha, a partir de quando aconteceu um sucessivo crescimento de politização da sociedade alemã, resultando também no fato de que nos programas culturais, os eventos culturais chamados primários – teatro, dança, música etc. – foram cada vez mais atingidos e interligados com a situação política do país.

Eu gostaria agora de mostrar dois exemplos que esclarecem de que forma os reflexos políticos são evidentes na programação cultural.

O primeiro exemplo é uma reportagem sobre a montagem da peça “Orestes”, de Ésquilo, de um famoso diretor alemão, Peter Stein, uma montagem que ele realizou em Moscou. Desde o início da Perestroika, Peter Stein tentou realizar essa montagem em Moscou, só conseguindo montá-la depois da tentativa de golpe. E surpreendentemente essa montagem foi realizada no teatro do Exército Vermelho, dando uma conotação especial de ordem política atual a uma peça grega clássica.

O segundo exemplo a ser exibido trata de comportamentos da população alemã com monumentos que lembram os acontecimentos do fascismo. Mostra primeiro como os fenômenos históricos são tratados nos Estados Unidos e logo depois um exemplo ocorrido no Sul da Alemanha, onde um

artista criou um memorial invisível, porque ele gravou os nomes de cemitérios judeus na parte de baixo da calçada.

[*Fita exibida.*]

Como vocês assistiram, o primeiro programa deixa muito clara a tentativa de confrontar o evento cultural com o evento que simultaneamente aconteceu na área política.

É muito claro, porque os eventos políticos aconteceram simultaneamente à montagem da peça e de certa forma influenciaram os trabalhos em cena.. Mas, a gente também podia imaginar que o mesmo tipo de programa poderia acontecer dentro da programação política. O que, às vezes, acontece. E desta forma é simplesmente o gancho, ou seja, a montagem teatral que justifica essa reportagem dentro da programação cultural. Há critérios semelhantes aplicados ao segundo exemplo. Na República Federal da Alemanha, nos últimos meses, quase não passou nenhum dia que não fossem mostradas reportagens sobre o radicalismo da direita ou sobre o neofascismo. Tudo isso demonstra apenas que também a programação cultural está acompanhando os programas políticos. Então surge uma pergunta que nós já colocamos várias vezes nos últimos dias. Se o programa cultural tratando de assuntos políticos realmente consegue uma aproximação *sui generis*? Este programa se diferencia claramente de programas elaborados dentro das redações políticas.

Eu considero que nesta área de tensão, entre cultura e política, pode-se encontrar uma chance de uma programação cultural específica. Talvez até uma chance de uma programação cultural específica. Talvez até uma chance de uma programação cultural específica. Talvez até uma chance de o programa cultural se constituir como um gênero próprio. Isto porque a programação cultural tem uma liberdade que na tradição de reportagem

política não existe tão ampla. A obrigação de informar, o equilíbrio das informações e a objetividade são os três critérios básicos de qualquer informação televisiva. Mas eu posso imaginar que outras formas de se aproximar de fenômenos políticos podem caracterizar a programação cultural e vão criar novas chances e dar novas formas à informação cultural.

Eu espero que nos últimos dias tenha conseguido ilustrar um pouco sobre como a programação cultural, na televisão alemã, está atravessando uma fase de experimentos interessantes. O que levou também jornalistas de programação cultural a tratar de assuntos políticos mais ousadamente, mais liberalmente e com aproximações diferentes. Para ilustrar isso claramente, gostaria de mostrar mais dois exemplos.

Para o primeiro exemplo, nós temos que dar algumas explicações. Quando no início da década de 90 aconteceram os primeiros atos de xenofobia na Alemanha, surgiu uma grande onda de solidariedade no país. Uma forte expressão dessa solidariedade foram as assim chamadas “cadeias de velas”. Ou seja, milhares de pessoas saíam à noite para as ruas, acendendo velas e juntando as mãos. Os programas culturais foram os primeiros a descobrir a maior cadeia deste tipo, em Hamburgo, iniciada por uma agência de propaganda comercial. O exemplo que vou mostrar se aproxima desse fenômeno.

Falando um pouco sobre o segundo exemplo, que não sei se é conhecido aqui, no dia 20 de abril deste ano [1994], um jogo de futebol entre a Alemanha e a Inglaterra foi cancelado na Inglaterra pela simples razão de que um homem chamado Adolf Hitler aniversariava naquela data. Na Alemanha, isso resultou num grande nervosismo. Eu, pessoalmente, acho que isso foi dar honra demais a esse homem. E os autores do segundo exemplo assumiram claramente esta posição. [*Fita exibida*].



Naturalmente, os programas culturais têm outras possibilidades, além de ridicularizar eventos e fenômenos políticos.

Agora, eu gostaria de mostrar dois exemplos que considero bem característicos, pela maneira como a programação cultural trata de assuntos políticos. O tema é a Iugoslávia, especificamente sobre o destino da cidade de Sarajevo, na Bósnia. A situação deve ser do conhecimento de todos. A mil quilômetros da Alemanha, uma das guerras mais cruéis está acontecendo e, apesar de vários pedidos de ajuda, até agora quase nada aconteceu, mas isso nós já conhecemos por outros eventos na História.

Foram exatamente os programas culturais que se preocuparam com esses fenômenos. A programação cultural tratou desses assuntos que podem, certamente, ser discutíveis, mas que não foram percebidos por outros setores da programação televisiva. Ambos os exemplos partem do ponto de vista que cultura e política são inseparáveis, portanto, a cultura tem que mexer com a política.

Os dois exemplos foram produzidos pelo grupo Saga. Um grupo de programadores de televisão que mora em Sarajevo e que está registrando, dia-a-dia, a história de uma única rua na cidade bombardeada. Eles foram apoiados financeiramente, dentre outros, pelo canal Arte e por um diário alemão, um diário considerado como sendo da esquerda liberal. Este canal cultural, Arte, apresentou diariamente dois minutos de imagens da rua em Sarajevo. Ou seja, o telespectador podia acompanhar dia-a-dia o que acontecia naquela rua. No primeiro exemplo, vocês podem ver uma mulher que no início ainda passeia pela rua. Na segunda fase, ela está sendo morta. E, na terceira, está sendo enterrada. Críticos na Alemanha intitularam esse tipo de programa como “telenovela da morte”.

A intenção da programação, porém, foi de apresentar sem nenhuma maquiagem, a realidade que, cotidianamente aconteceu naquela cidade. E todas as emissoras de TV na Alemanha, menos as redações de programação cultural, se recusaram a transmitir essas imagens. Talvez seja importante observar que dificilmente um canal, exclusivamente de programação cultural, possa ser acusado de abusar de imagens reais.

E, desta forma, sem qualquer dúvida, os canais culturais conseguiam impressionar a população alemã de uma maneira que nenhum outro canal jamais conseguiu impressionar [ *Fita exibida* ].

Esses foram dois exemplos de programação cultural transmitidos de redações que normalmente só mostram montagem de teatro, concerto de música etc.

Senhoras e senhores, este é o fim da minha contribuição para este seminário. Aprendi bastante sobre o sistema televisivo brasileiro. Espero que tenha podido transmitir para vocês a nossa forma, a forma alemã de fazer programa cultural.

Muito obrigado!

## **Interatividade e desenvolvimento**

### **Das mídias no Brasil**

Sérgio Mattos

Boa noite!

Acredito que coube a mim talvez a tarefa mais difícil, uma vez que, depois de uma semana inteira de seminário, quando tivemos oportunidade de ouvir exposições brilhantes e uma contribuição muito rica, praticamente não sobrou nada para mim. Na verdade, esvaziei um pouco minha fala, exibindo ao longo da semana alguns dos casos que gostaria de mostrar hoje. Durante a semana fui sempre intercalando as conferencias com alguns casos de programas da televisão brasileira, que, acredito, serviram para que tivéssemos uma visão global da nossa TV.

Nós temos como tema de hoje “Mídia impressa e mídia eletrônica: política atual e reflexo cultural”. A fim de que os participantes deste seminário possa entender melhor como a mídia evoluiu no Brasil, se faz necessário falar um pouco do contexto histórico de maneira mais didática, considerando que a platéia se constitui, em sua maioria, de estudantes de Comunicação e curiosos.

Quando a gente se refere a mídia eletrônica e a mídia impressa, é obvio e bem definida a constituição dos dois grupos: (1) rádio e televisai, como mídia eletrônica e (2) jornais, revistas, outros impressos, livros, como mídia impressa. Como é que poderíamos identificar o que é que influenciou, quem influenciou o que ou como foi influenciado o desenvolvimento a mídia brasileira?

Se considerarmos a evolução dessas mídias no Brasil, vamos chegar a uma constatação de que não houve bem uma competição entre elas, mas uma interação. A nossa mídia impressa, que surgiu por volta de 1808, com a chegada da corte portuguesa, já começou sob os efeitos da censura. O primeiro jornal brasileiro, o “Correio Brasiliense”, era impresso na Inglaterra, mais precisamente em Londres, para fugir da censura. Historicamente, tivemos problemas para desenvolver a mídia impressa porque o maquinário era importado.

Em torno de 1920 foram implantadas, no Brasil, as primeiras emissoras de rádio. As nossas primeiras emissoras de rádio e revistas começaram a ter um grande potencial de audiência e uma influência tão grande sobre a população que, para vocês terem uma ideia, entre 1940-1945, a revista “O Cruzeiro” circulava no País com cerca de um milhão de exemplares. Só agora [1994], a revista “Veja” está atingindo esta circulação. Em uma época em que não tínhamos estradas, um sistema rodoviário como temos hoje, apesar dos buracos das nossas estradas, em uma época em que não tínhamos muitos aeroportos, nem aviões a jato, a revista “O Cruzeiro” já circulava em todo o País, atingindo quase um milhão de exemplares. Era a revista vinculada ao grupo dos Diários Associados e, apesar de ser mensal naquela época, era lida, relida, permanecendo guardada pelas famílias sempre como fonte de informação e lazer. Ela tinha uma influência muito grande. O que saía em “O Cruzeiro” era uma coisa digna de respeito, tinha credibilidade.

Mas, o rádio também tinha uma influência muito grande. Os jornais, em sua maioria, eram regionais e pequenos e tinham circulação restrita, mas existiam, em todos os estados, aqueles tidos como muito influentes. A

revista “O Cruzeiro” e as emissoras de rádio exerciam uma influência tão grande que, quando se pensava, quando se falava na implantação da televisão no Brasil [a TV foi implantada aqui em setembro de 1950], se afirmava que ela não tinha futuro, que o rádio é que era o grande veículo. Diante da influência do rádio e principalmente da revista “O Cruzeiro”, se pensou, realmente, que a televisai não iria vingar.

Ontem, numa das exhibções de *videotapes* feitas aqui no seminário, tivemos a oportunidade de ver o exemplo da BBC de Londres, que transmitia as notícias na televisão de maneira estática porque o rádio tinha uma influência muito grande e se levou muito tempo para que a televisão passasse a transmitir notícias com as imagens como nós temos hoje.

Vale lembrar que o cinema também ocupava um espaço muito grande, em termos de cultura, em termos de influência. Nós tínhamos muitas casas de exibição de filmes espalhadas por este país e nesta Bahia. Até duas ou três décadas passadas, nós tínhamos mais casas de espetáculo de cinema do que temos hoje [1994].

Lembrando a influência do cinema, das rádios e das revistas, estamos traçando um caminho para chegar à televisão. Pois, quando ela chegou, de imediato, começou a usar todos os fundamentos do rádio, quer dizer, os primeiros profissionais da televisão, todos, sem exceção, vieram do rádio. Todo o pessoal que trabalhava em rádio foi trabalhar na televisão.

Assim, a implantação da TV no Brasil foi feita de maneira amadorística e improvisada. Tão improvisada que a inauguração da nossa televisai virou piada, apesar de existir quem ateste como verdadeira a piada da inauguração da nossa primeira emissora, a TV Tupi. Quando foi inaugurada, a Tupi tinha apenas duas câmeras, e na inauguração, como era praxe se quebrar uma garrafa de champanha, se quebrou em uma das

câmeras, danificado assim uma das duas primeiras câmeras que colocaram a nossa televisão no ar.

Isso é contado como uma piada que rola no meio televisivo brasileiro, e a gente não sabe, eu pelo menos não tive ainda acesso a qualquer fonte que afirmasse isso como sendo verdadeiro. Entretanto, essa “estória” consta em vários livros que registram a inauguração da televisão brasileira. Vários autores falam desse ato que inutilizou uma das câmeras na solenidade de inauguração de nossa televisão.

A verdade é que a televisão brasileira foi instalada com uma deficiência muito grande em relação à televisão americana, que quando surgiu já encontrou a indústria cinematográfica de Hollywood muito bem estruturada e que lhe serviu de fonte inesgotável de programas. A televisão americana se baseou e se utilizou muito dos filmes produzidos em Hollywood. Nós, ao contrário, não tínhamos uma indústria cinematográfica desenvolvida. Como conseqüência, a nossa indústria cinematográfica não pôde ajudar no desenvolvimento da televisão, apesar do formato da nossa televisão ser igual ao formato da TV americana. Mas, o rádio, que era a nossa mídia mais forte e influente, na época, ajudou e muito nos primeiros passos de nossa televisão, inclusive no formato dos programas.

Desta forma, resumidamente, nós temos a mídia impressa e a mídia eletrônica. E o que importa neste momento é como se dá a interação entre eles. A televisão começou com a ajuda do rádio, com muita gente achando que ela não iria vingar. O rádio serviu de suporte para a implantação da nossa TV. O cinema, no mundo inteiro, por sua vez, serviu de suporte para a televisão, e no Brasil, a partir de 1965, teve papel decisivo.

Com o sucesso da televisão, entretanto, não faltaram os visionários que diziam que “os jornais vão acabar, o cinema vai acabar”. O cinema não

acabou, nem os jornais acabaram. A televisão tem o sucesso que tem sem ter eliminado o cinema, sem ter eliminado o rádio, sem ter eliminado a revista, sem ter eliminado os jornais. O que é que houve? Se segmentaram em termos de mídia. Mídia eletrônica e mídia impressa permanecem e vão ocupar o espaço ainda por muito tempo, definitivamente segmentadas.

Mas, apesar dessa segmentação de mercado, cada qual ocupando seu espaço, a gente observa hoje que existe uma simbiose entre elas, uma interação entre as mídias. No momento em que começamos a assistir aos telejornais da manhã, a primeira coisa que a gente vê são os apresentadores lendo e exibindo as manchetes dos jornais do dia. A primeira coisa que fazem é ler as manchetes dos jornais impressos do dia. Aí se pergunta: mas por que se lê primeiro as manchetes dos jornais do dia, se as notícias que estão dando, na melhor das hipóteses, são notícias de ontem?

Se os telejornais começam lendo aos noticiários dos jornais, as manchetes dos jornais, então a gente já começa a sentir que existe um espaço para os jornais e um espaço para a televisão. Um não está invadindo o espaço do outro. Muito pelo contrário, um acaba ajudando o outro. Porque, no momento em que a televisão lê a manchete do dia, ela está estimulando o leitor a procurar maiores detalhes sobre aquela notícia, comprando o jornal do dia.

Se considerarmos que no Brasil temos uma tiragem média de jornais estimada em quinze milhões de exemplares por dia, e se multiplicarmos esse total por quatro (cada jornal é lido por uma média de quatro pessoas), vamos encontrar um elevado percentual de leitores de jornal em relação à população brasileira. Com isto se constata que não podemos dizer que o Brasil seja um país que não lê. Se considerarmos apenas esse fato,

constataremos a existência de um elevado índice de leitura no Brasil. Um índice além da expectativa.

Senão vejamos alguns dados estatísticos: o Brasil tem 140 milhões de habitantes e 15 milhões de exemplares de jornais diários. Se considerarmos os números secamente, o Brasil lê muito pouco. Apenas a média de 10% da população está lendo. A tiragem da nossa imprensa representa 10% da população.

Entretanto, estes números estatísticos não podem ser lidos como relação direta entre a quantidade da tiragem dos jornais e o número de habitantes. A leitura estatística tem que ser feita levando-se em conta quantas pessoas lêem em média cada exemplar. Ou sejam, quinze milhões vezes quatro. O resultado será o índice médio de leitura de jornais no País. Se considerarmos ainda que metade da população está abaixo de dezoito anos, verificaremos que nossa população apresenta um alto índice de leitura.

Os jornais brasileiros possuem dias de maior tiragem, que ocorrem geralmente aos domingos. Eu acredito que todo mundo pode imaginar o porquê. As explicações são muitas, podem dizer: é que tem leitor que só compra jornal dia de domingo porque recebe dinheiro por semana. Outros só compram aos domingos porque, ao longo da semana, lêem o jornal na empresa ou repartição. E assim por diante.

Existem até estudos estatísticos indicando que no Brasil apenas 20% dos leitores compram jornal todo dia e 80% são flutuantes. Então, seria mais ou menos assim: de cem pessoas, vinte compram jornal todos os dias e oitenta compram o jornal apenas às segundas-feiras, porque dia de segunda-feira o jornal oferece um suplemento de esportes. Dia de terça um outro grupo de oitenta compra o jornal, porque outro suplemento segmentado é oferecido, por exemplo, o caderno de turismo. Dia de quarta,



porque tem um caderno de automobilismo. Dia de quinta, porque tem um caderno Y, um caderno X.

Mas, apenas 20% lêem o jornal permanentemente, os outros 80% são flutuantes. São pessoas que compram o jornal em média uma vez por semana. Mas, aos domingos, os jornais brasileiros apresentam quase o dobro da tiragem que costumam tirar nos dias úteis. Vocês podem imaginar a razão por que aos domingos?

***Intervenção de um ouvinte*** – *Eu mesmo compro jornal dia de domingo para ler a Revista da TV os resumos das novelas.*

Sérgio Mattos – É verdade, isso é verdadeiro. Os jornais aos domingos publicam cadernos sobre televisai, cadernos de leitura, com artigos de fundo e reportagens amplas e especiais que são responsáveis hoje pelo dobro da tiragem de qualquer jornal no País. Então aos domingos, os jornais conseguem dobrar suas respectivas tiragens – podemos inferir – por causa também dos suplementos de televisão, que trazem reportagens sobre as novelas, os artistas em destaque, os resumos das novelas e dos filmes que serão exibidos ao longo da semana. Publicando informações sobre a televisão e seu programas, os jornais também interagem com a televisai. Pode-se inferir que os jornais conseguem aumentar a circulação em quase o dobro, em função dos cadernos de televisão.

Então, vocês observem que a interatividade existente entre a mídia impressa e a mídia eletrônica permanece. Quer dizer, enquanto programação e conteúdo, não existe, por exemplo, uma competição entre elas. Uma completa a outra. A competição das mídias hoje está centrada basicamente no bolo publicitário, nas verbas dos anunciantes.

Então, como é que uma completa a outra? Um veículo completa outro em termos culturais e em termos jornalísticos. O noticiário foi o primeiro

exemplo dado: as televisões lêem as manchetes dos jornais. Por outro lado, nas redações dos jornais, todas as noites, antes do fechamento dos jornais, os editores costumam assistir aos telejornais para ver quais são as notícias que estão sendo destacadas. As notícias locais, nacionais e internacionais destacadas nos telejornais, geralmente são dadas com um tempo máximo de dois a três minutos. Os assuntos abordados nos telejornais de certa forma estarão com mais detalhes nos jornais do dia seguinte. Então, na verdade, o que ocorre é o seguinte: a televisão noticia e desperta o leitor para aquele assunto, levando-o a comprar o jornal no dia seguinte para saber maiores detalhes.

Há quem diga que as televisões pautam os jornais e vice-versa. A partir do momento em que os principais assuntos do dia na televisão são identificados, no outro dia fica mais fácil encontrá-los nos jornais. Óbvio. Pelos critérios jornalísticos, as notícias veiculadas na mídia eletrônica ou na mídia impressa são as mesmas. Então, tanto faz se ler na televisão como no jornal impresso, nas revistas, os assuntos importantes serão os mesmos. Desta forma, as notícias destacadas nos telejornais durante a noite serão encontradas com maiores detalhes nos jornais do dia seguinte. Então, a televisão acaba fazendo uma chamada prévia do que você vai ler no dia seguinte. Sob este ponto de vista, há uma interatividade nesse sentido. Um veículo ajuda o outro. No dia seguinte, os jornais dão as manchetes, a televisão volta novamente a ler as manchetes dos jornais do dia.

Aqui se poderia levantar outra questão: como é que a televisão pauta os jornais? A influência que esta poderia ter sobre os jornais estaria diretamente relacionada com o imediatismo da mídia eletrônica. Pela abrangência de sua audiência, o governo pode anunciar alguma coisa de

última hora, levando os jornais, se não tiverem conhecimento do assunto, a buscar mais detalhes para publicá-los no dia seguinte. Este é o único exemplo no qual as televisões poderiam furar os jornais ou dar a dica para os jornais, um ponto de pauta para o dia seguinte. Isto pode ser dito porque, hoje, com a tecnologia que temos, todos os veículos têm acesso às mesmas informações. Todos têm acesso a tudo. Seja jornal, rádio ou televisão, as fontes de informações são as mesmas; O que um leitor lê num jornal e não encontra no outro é porque, por decisão dos editores ou por causa da linha editorial de cada veículo decidiu-se privilegiar uma notícia em detrimento de outras.

Nos últimos anos, em função da tecnologia e de um maior profissionalismo das mídias, os furos jornalísticos já não existem como há duas ou três décadas, quando só um jornal, só uma emissora, tinha o poder de dar aquela notícia porque ele furou os demais. Hoje, todo mundo tem acesso a tudo. E quando o veículo não vai à fonte, ela manda a informação para o veículo. Quer dizer, se o jornal ou a televisão não for lá, receberá o *release*, ou vídeo com as informações, do mesmo jeito, porque todas as instituições, públicas e privadas, têm hoje assessores de imprensa, departamentos de *marketing* e de relações públicas, mantendo um sistema de informação direto com os variados meios de comunicação.

O jornal, rádio e televisão têm acesso às mesmas informações. O que vai diferenciar é o processo de edição dessas informações. Quem vai dar mais destaque a esta ou aquela notícia ou quem não vai divulgá-la; como aquela notícia será tratada pela televisão ou pelos jornais, se um jornal ou uma televisão vai ignorar ou veicular este ou aquele assunto, por uma questão política, por uma questão ideológica ou porque achou que outra notícia era mais importante do que aquela. A mídia impressa trabalha com espaço,

enquanto a mídia eletrônica trabalha com tempo. Na televisão, praticamente é noticiado apenas o *lead* (o primeiro parágrafo das notícias) e os títulos as matérias que serão lidas no dia seguinte nos jornais. Feitas essas colocações com relação à influência de um tipo de veículo no outro, gostaria de exibir um vídeo que trata da influência e da competição entre eles.

Quando os veículos rádio e televisão competem entre si, eles basicamente estão competindo em relação ao lucro que podem ter. No Brasil, nós temos a mídia constituída basicamente pela iniciativa privada e que, antes de tudo e qualquer coisa, visa ao lucro. Apesar das funções sociais dos meios de comunicação serem educar, fiscalizar, informar e entreter, isso vem depois do lucro. Depois do lucro eles procuram atender às funções sociais.

A audiência significa lucro para qualquer um dos veículos. Quanto maior for a audiência do rádio e da televisão, quanto maior for a circulação do jornal ou da revista, maior será o lucro que esses veículos terão. Porque o custo por milheiro ou o custo por minuto de uma televisai, de uma emissora de rádio ou do jornal de uma televisão está relacionado diretamente com a audiência que eles têm. Então, se um jornal tem uma circulação muito grande, ele tem uma audiência muito grande. E aí ele pode cobrar pelo espaço que vende preços maiores. A televisão do mesmo jeito. De certa forma, a luta pela audiência acaba determinando ou orientando o conteúdo dos programas televisivos e dos veículos e dos veículos impressos.

As redes de televisão no Brasil recebem em média 60% do que se investe com publicidade no País. O total das verbas publicitárias no País gira em torno de 1% do Produto Interno Bruto. Um por cento do PIB,

portanto, é o que se gasta em publicidade neste País, que gira em torno de 2,5 a 3 bilhões de dólares. Para vocês terem uma ideia, 60% do total vai para emissoras de televisão, cerca de 25% a 30%, para os jornais, 8% , para o rádio, e o resto é veiculado em revistas, outdoor, display, cinema e outras formas de anúncio.

Para que os participantes do seminário tenham ideia dessa competição por audiência e comerciais, vamos exibir um *tape*, produzido pela Associação Nacional dos Jornais (ANJ), que procura demonstrar como o veículo jornal é mais importante do que a televisão, do que o rádio e do que qualquer outro meio. [*Fita exibida*]

O *tape* exibido foi interessante para se ter ideia de como é a competição ente jornal, revista, radio e televisão, sempre em busca de atrair mais anunciantes e de atingir maior lucro.

Em resumo, o que a ANJ está tentando mostrar no exemplo exibido é que o veículo jornal tem uma penetração maior, além de ser formador de opinião. Afirma que quem anuncia em jornal vai atingir as pessoas que tomam decisões. Apesar de ter proporcionalmente uma circulação menor do que a audiência da televisão, o público consumidor de jornais e revistas sabe ler e escrever, é um público ativo, é um público que, para adquirir o jornal, tem que tomar uma decisão. Então, se um anúncio é feito através dos jornais, o anunciante atingirá um público que tem poder aquisitivo, mesmo esse público sendo também parte da audiência nas emissoras de televisão.

Apesar de jornalista militando na imprensa escrita, procuramos usar os recursos televisivos para transmitir parte do conteúdo do tema de hoje. Embora “furado” anteriormente por outros expositores, fizemos questão de exibir estes dois *tapes* hoje, porque eles são uma ideia da política cultural

do País, o que está havendo em termos da política de comunicação e a competição em relação as mídias entre si. Assim sendo, para acrescentar ou esclarecer outros detalhes, nos colocamos à disposição dos presentes para debater um pouco mais.

Desde o primeiro dia do seminário, procuramos mostrar através de vários *videotapes*, a evolução do telejornalismo e suas formas de produção. Hoje, fechamos a temática com o jornalismo impresso, com a mídia impressa, deixando transparecer a interação existente entre as mídias, influência um exerce sobre o outro, além da discussão sobre a política de comunicação no País, destacando a nossa Lei de Imprensa em tramitação no Congresso Nacional desde 1992, cuja aprovação haverá de trazer um reflexo muito grande na postura da imprensa de modo geral.

Sobre política cultural, poderíamos concluir dizendo que, apesar de termos uma no Brasil, tanto dentro da mídia impressa como da mídia eletrônica, nós não temos uma política definida, planejada, específica, de cultura para as mídias, mas ela existe.

Muito obrigado!

## Comentários

Washington de Sousa Filho

A oportunidade de falar depois de duas conferências, feitas por Dirk Kaemper e por Sérgio Mattos, não deixa de me colocar, de certa maneira, numa situação difícil, principalmente pela tarefa de tentar aclarar o debate, levantar alguns pontos das conferências feitas. Para a gente tentar encaminhar isso de forma clara e objetiva, eu quero fazer esta intervenção dizendo que, no plano das colocações deles, dois aspectos se destacam em relação à comparação entre as mídias impressa e eletrônica no Brasil visto numa perspectiva da Bahia e da Alemanha. O que me chamou a atenção é que o referencial para compreender a distinção é que há um viés, uma visão particular de cultura e que, no caso do modelo adotado na Alemanha, ela se aplica, ela é transposta para a prática que se faz do jornalismo. Há aspectos que chamam a atenção em particular aos dois casos e que eu classifiquei de duas formas: um institucional e outro estrutural.

O primeiro aspecto, que é o aspecto relacionado à questão institucional, tem como relevante o processo de estabelecimento desses mídias. Particularmente a mídia eletrônica – rádio e televisão – que tem por natureza uma distinção em relação ao impresso. É evidente a noção existente na Alemanha de canal de direito público, que é um sistema muito comum na Europa, e de certa maneira pouco conhecido no Brasil, mesmo com o funcionamento de TVs educativas e em comparação desse aspecto a situação que tem no Brasil.

Independentemente até do fato de a televisão no Brasil ser anterior à televisão na Alemanha – a televisão no Brasil foi implantada em 1950 e o rádio em 1920 – , ainda hoje não se conseguiu encontrar um processo de

distribuição e concessão dos canais de televisão que permita fundamentalmente o exercício da sociedade de exercer o controle deles. Concessão de rádio e televisão no Brasil é um processo, digamos assim, particular submetido aos interesses dos governos que estejam circunstancialmente no poder. Mesmo com a aprovação de artigos e aspectos contidos na última Constituição (1988), que garantiria e permitiria esse tipo de controle, essa, e ainda hoje, é uma luta das entidades voltadas e preocupadas com a defesa dos interesses da sociedade na comunicação. Não foi feita a implantação do processo de comunicação social que consta na Constituição de 1988.

Um outro aspecto se relaciona particularmente à mídia impressa e não me foi possível perceber na exposição de Dirk Kaemper. Mas há um fato no Brasil, um dado contido no vídeo sobre jornal, exibido por Sérgio Mattos, que merece destaque. A informação é de que há hoje mais ou menos 305 jornais diários no Brasil. A maioria predominante dos grandes jornais de circulação está controlada por oito grupos familiares. É uma realidade do Brasil que não é muito diferente em relação ao mundo em geral, porque hoje há uma tendência de concentração. Se diz em relação ao controle de comunicação que o mundo acabaria dominado por três “M”: Murdock, Maxwell e Marinho.

No outro campo, a questão da estrutura, a gente identifica especificidades e de certa maneira a abordagem aqui vai ser muito mais no plano da televisão e do rádio, da televisão em particular, até por conta do material apresentado. O primeiro aspecto é na forma de apresentação, e aqui vamos usar muito mais o conhecimento que todo nós temos como telespectadores, e na comparação com o material de Dirk é de que há um tratamento até pelo enfoque do que ele coloca, no plano do jornalismo



cultural, que faz com que a gente compreenda o modelo adotado no Brasil, que, mesmo no tratamento da informação política no jornalismo, há uma preocupação com o *marketing*. O fenômeno Collor é um exemplo, mas não é diferente do tratamento da política, e a gente pode ter como exemplo, ainda que não possa ser enquadrado no campo do jornalismo, o horário eleitoral. Os programas apresentados no horário eleitoral e fatos aparentemente até engraçados, mas que não deixam de ser uma realidade do que representa a mídia eletrônica para a divulgação das ideias políticas. Como é o caso do atual presidente da Câmara dos Deputados, Inocêncio de Oliveira (sem que haja algum demérito aí, mas que é uma pessoa que é gaga e que tem dificuldade de se expressar). No momento em que se dispõe a disputar o cargo de presidente da Câmara dos Deputados, fez um esforço enorme para conseguir se adequar ao ritmo de fala da televisão. Para conseguir falar, apesar de um problema particular e pessoal (a gagueira), ele se dispôs a superar essa dificuldade pelo que representa o espaço, a ocupação da televisão.

A despeito dos dados apresentados por Sérgio Mattos, sendo a televisai um elemento que se destaca como mídia e as projeções de tiragem, os dados apresentados em relação à tiragem e influência dos jornais aparecem como projeção em relação à audiência da televisão. Há o aspecto do tratamento dado e, aí a gente tem que considerar que a perspectiva é diferente da apresentada por Dirk em relação à televisão da Alemanha no campo cultural. É a visão como negócio que o jornalismo brasileiro adota na busca da audiência. Mas chamo a atenção, também, como aspecto para discussão, que esta é uma tendência que a imprensa brasileira assumiu e se estendeu na prática da televisão. Chamo a atenção também para o fato de que a mídia impressa é vinculada aos interesses de grupos familiares e que

se estendem ao plano desses grupos na área da economia. É da tradição do Brasil mesmo. Se a gente voltar atrás para avaliar a história, constataremos a inexistência de uma empresa partidarizada, que é relativamente comum noutros países, na Europa em particular, que é a vinculação em determinado meio de comunicação a uma ideia política. No Brasil, você não tem, e fica claro, aqui, que estou dizendo que não tem é uma identificação política, que significa defesa de princípios até comprometidos com interesses partidários diferentes de interesses das empresas. Quer dizer, quando determinada empresa muitas vezes assume uma posição em defesa de, por exemplo, um candidato, não significa, no caso do Brasil, que haja aí uma defesa de princípios políticos e sim muito mais a compreensão de uma determinada realidade que é satisfatória para seus interesses.

Diferentemente de uma prática comum nos países da Europa, diferente da prática comum em países onde essa noção de política é uma noção estabelecida pelo respeito a princípios. A única tentativa conhecida no Brasil e que é assumida clara ente é a do jornal “Folha de S. Paulo”, que faz questão de estabelecer isso como princípio do seu funcionamento e é uma realidade a partir de 1984, quando se implanta o chamado Projeto Folha, que é a linha de coordenação e de referência do seu jornal.

Essa falta de partidarização formal não retira dos jornais brasileiros a defesa dos seus interesses ao ponto de, hoje, independentemente do que se discute em relação à legislação referente à Lei de Imprensa, outras entidades tentam desenvolvimento de ações específicas para tentar se estabelecer um norteamento por processos de informação política no Brasil. Um caso concreto é a ação da Fenaj (Federação Nacional dos Jornalistas) através da qual essa ação permitiu a implantação do chamado Fórum Nacional de Democratização, que é um movimento coordenado pela Fenaj

e pelos sindicatos estaduais de jornalistas e congrega as mais diversas entidades incorporadas na luta política e social no Brasil tendo como principal objetivo a ordenação desse espaço em relação às mídias eletrônica e impressa e, em particular, com relação à próxima eleição tenta desenvolver um projeto chamado o “ombudsman da mídia”, com a finalidade de fazer um acompanhamento da ação de jornais e televisões. Esse aspecto é particular porque mídia no Brasil e política estão muito vinculadas a processos recentes da nossa história e põe conta dos interesses dos grupos que representam os meios de comunicação.

Em termos de conclusão, eu gostaria só de chamar a atenção ao episódio que Dirk Kaemper se referiu sobre o cancelamento do jogo Alemanha e Inglaterra, e até concordo com o aspecto que ele coloca, quer dizer, é se dar muita honra a determinado tipo de pessoa. Mas, o que eu gostaria de chamar a atenção, usando o exemplo dele, é que esse é um tipo de tratamento que no Brasil não ocorreria se permitir. No contexto que ele coloca, houve muitas vezes se manifestando no mesmo sentido. No Brasil você não tem, porque a natureza dos meios de comunicação não permite aos seus profissionais nenhum tipo de manifestação. Essa noção de que ao jornal se permite, aos meios de comunicação se permite proferir o que seria a voz do dono e nunca a de quem faz. Essa é uma realidade que, de certa maneira, considerando todos os aspectos institucionais e estruturais, faz com que seja particularmente diferente da realidade que a gente tem do jornalismo político no Brasil com a situação e o exemplo que se tem na Alemanha.

## Debates do dia 14 de maio de 1994

**Roland Schaffner** – Muito obrigado, professor Washington. Temos aqui algumas perguntas e colocações que, na sequência de chegada, vou ler e pedir aos conferencistas presentes para responderem.

*Pergunta* – Na década de 30, antes do aparecimento da televisão, o que mais se passava nos cinemas eram produções norte-americanas ou tudo se resumia a pornochanchadas brasileiras?

**Sérgio Mattos** – A década de 30, de certa forma, era considerada quase que uma década de ouro, onde a música tinha influência muito grande. O cinema estava em pleno apogeu, nós recebíamos principalmente filmes norte-americanos, o rádio tinha um domínio maciço, tinha dez anos de implantação no País e uma influência muito grande. As chanchadas não são bem dessa época. A gente estava começando, ensaiando os passos ainda na década de 30. Na verdade, a gente recebia mais filmes importados. Nós tínhamos mesmo os jornais impressos, as revistas e o rádio.

*Pergunta* – Como as programações culturais do Brasil aparecem na TV alemã em termos de um elemento do noticiário daquele país?

**Dirk Kaemper** – A cultura brasileira aparece principalmente nos assim chamados magazines culturais. Por exemplo, se um grupo de teatro ou músico se apresenta na Alemanha, aí tem uma reportagem relativamente extensa. Como um bom exemplo, naturalmente o tema em foco na Feira Internacional de Livro de Frankfurt é o Brasil e, com certeza, muitos magazines culturais, várias estações de televisão vão fazer programas sobre isto, inclusive, aproveitando o grande número de escritores brasileiros na Alemanha. De outro lado, a gente tem que saber que na televisão alemã o

Brasil é muito presente através do seu carnaval e do seu futebol. É isso que a maioria do público alemão sabe e quer saber.

**Pergunta** – *“Cultura e política. Eu não acredito em política. Porém não se pode separar o que é inseparável. No caso cultura e política, que são duas faces de uma mesma moeda. O mundo, os conceitos, as concepções estão todos malucos. A cultura está morrendo. Morrer não é difícil, difícil é a vida e seu ofício”*(Maiakóvick).

**Dirk Kaemper** – É evidente que cultura e política não são inseparáveis.

**Pergunta** – *No jornal existe espaço nobre, fazendo uma analogia com o horário nobre da TV?*

**Sérgio Mattos** – Sim, existe. Se a gente considerar o jornal como um todo, você vai observar o seguinte: qual é a parte mais importante que tem no jornal? É a primeira página. A pós a primeira página, você tem todas as páginas ímpares em sequência, 1º Caderno, 2º Caderno, 3º Caderno. Então as páginas nobres são sempre as páginas ímpares. Em termos de publicidade também são sempre as páginas mais caras. Porque exatamente você começa a ler a página um, que é a capa; quando você abre o jornal, a próxima página que vem ao seu alcance direto é a página três, a página ímpar. Então, todas as páginas ímpares são espaços nobres, e dentro de cada página, o alto da página é nobre. Na nossa cultura a gente da esquerda para a direita, então o espaço do alto à esquerda é mais nobre do que o alto à direita. E o centro da página por sua vez é mais nobre do que o canto baixo esquerdo e o canto baixo direito de cada página. Enfim, os espaços nobres dos jornais são: a capa, a contracapa, o alto das páginas e as páginas ímpares.

*Pergunta – Qual seria a justificativa política para o fato de o governo criar toda uma infra-estrutura de telecomunicação e concedê-la a grupos particulares para que estes se beneficiem?*

**Sérgio Mattos** – Eu acredito que isso está relacionado com a televisão. Vamos tentar recapitular. Por exemplo, em 1964 existia por detrás dos conceitos do Golpe Militar uma doutrina de nacionalização, uma doutrina nacional que era divulgada pela Escola Superior de Guerra do Brasil. No momento em que se deu a revolução, houve toda uma preocupação com a política específica de comunicação dirigida aos meios de comunicação, pois tanto o rádio como a televisão eram tidos – e de fato o são – como veículos que poderiam alcançar grandes massas. Ao mesmo tempo em que o governo criou toda a infra-estrutura para prover o País de uma rede de telecomunicações, a gente não pode esquecer que todas as torres de microondas, satélites e tudo, mais de 50% estavam reservados para os serviços de informações do Exército e da Polícia Federal. Quer dizer, existia também por trás a intenção de poder cobrir em termos de segurança nacional todo o território nacional e essa infra-estrutura foi montada basicamente para isso com fins militares. Naturalmente que os meios de comunicação se beneficiaram disso direta e indiretamente. Existia também a tentativa de fazer com que o Brasil tivesse fronteiras de telecomunicações, porque, como o território era muito grande, ninguém queria investir naquela área. O governo implantou torres de microondas por todo o país para ter um controle permanente sobre o que ocorria nessas áreas fronteiriças. Primordialmente, a rede de telecomunicações no Brasil surgiu por um interesse militar de segurança nacional e os meios de comunicação, principalmente a televisão, e os serviços de telefonia a

usavam. Mas usaram apenas 50% dessa capacidade, porque os 50% estavam reservados para os meios de segurança.

***Pergunta** – As vantagens de se ler jornais são inegáveis, porém o vídeo aqui exibido mostra apenas um lado da questão. Diz que os jornais informam e que são inteiramente confiáveis tendo uma abrangência maior e mais completa que a televisão. Por que não foi abordado que o jornal também fragmenta, deforma e atende aos interesses ideológicos de um determinado grupo?*

**Sérgio Mattos** – Nenhum leitor é obrigado a comprar e ler um jornal do qual discorda ideologicamente ... A mesma coisa acontece também em relação à televisão. Se você se identifica com determinada linha de uma emissora, você assiste, se não se identifica, você muda para uma outra.

Na verdade, os jornais são vinculados de uma certa forma a grupos empresariais, políticos ou a grupos familiares. Os maiores jornais do País são vinculados a grupos de família. Temos, por exemplo, em São Paulo, os Mesquita, que têm “O Estado de S. Paulo”; os Frias, a “Folha de S. Paulo”; no Rio de Janeiro, os Marinho controlam “O Globo”; na Bahia, nós temos os Simões, que possuem “A Tarde”

Em cada estado brasileiro, o maior jornal geralmente está vinculado a um grupo familiar. Normalmente, esses são considerados jornais independentes, não são jornais partidários. Os demais, que não se enquadram nesse grupo de jornais familiares, são os vinculados a grupos empresariais ou a grupos políticos. Quer dizer, se o vínculo pertence a determinado político, que segue uma determinada linha partidária, seu veículo também seguirá. Se ele é do PMDB, vai adotar políticas do PMDB, se é do PT, seu jornal adotará uma linha editorial que defenderá as políticas do PT e vai fazer oposição ou não aos outros.

Com referência à crítica que foi feita em termos de que um jornal influencia no texto, na edição... Veja só, jornalisticamente, o profissional, eu, pelo menos, tenho mais de vinte anos de profissão, de jornalismo impresso, e jamais recebi nenhuma orientação dos donos dos jornais onde trabalhei no sentido de que publique isso ou não publique aquilo. No exercício de editor, sempre tive liberdade de editar o que eu recebia.

Então, os critérios jornalísticos que a gente recebe e que usa para editar as matérias são aqueles critérios de importância da informação. Se a notícia é muito abrangente e atende a muita gente, ela é importante. Por exemplo: uma notícia sobre o aumento dos salários dos funcionários públicos fatalmente vai para a primeira página dos jornais e para a cabeça das páginas. Vai ser as manchetes das páginas internas e provavelmente a cabeça da primeira página. Isto porque esta é uma notícia que interessa a milhares de pessoas.

Mas isso é um critério jornalístico em termos de abrangência. A grosso modo, entre dezenas de situações e de critérios, as notícias são consideradas importantes pela abrangência que podem ter em termos de público, pela sua proximidade. Uma notícia que ocorre localmente, regionalmente ou no País é mais importante do que um terremoto que ocorre no México ou no Japão.

Outro aspecto que existe em relação à importância da informação e que gostaria de destacar é aquela de que nem sempre a notícia mais importante que o jornal publica, sob o ponto de vista do jornalista, que é a manchete, é a mais importante para uma pessoa que lê o jornal. A notícia que diz respeito ao leitor, que está diretamente relacionada com ele, é a notícia mais importante que o jornal publica naquele dia. Se você é técnico de futebol, jogador de futebol ou policial, a notícia mais importante que tem para você



é a que diz respeito a sua profissão. A primeira coisa que um delegado de polícia faz é olhar a página de polícia, depois é que ele vai ver a primeira página e o resto do jornal. A mesma coisa vai fazer o esportista, o técnico de futebol, o jogador de futebol. Primeiro eles vão ler a parte de esporte para depois ler o resto. E aí vai sucessivamente.

Assim sendo, sob o ponto de vista do consumidor, a notícia mais importante que o jornal publica nem sempre é a manchete da primeira página. Por exemplo, se você é aposentado e sai uma notinha no jornal, dizendo que os aposentados vão ter tantos por cento de aumento ou vai ser liberado um atrasado, esta notinha de três linhas ou quatro linhas passa ser a notícia mais importante para ele. Portanto, os critérios de importância são variados.

***Pergunta** – Minha pergunta refere-se à segunda etapa do vídeo onde é mostrado aquela coisa da Alemanha tornar-se bonita e termina com a frase: “Agora vamos limpar o cal do vaso de flores”. A partir desse contexto pode dizer-se que a Alemanha hoje é uma república mais conscientizada, ou seja, com a informatização do meio televisivo as pessoas começaram a receber notícias na sua síntese real?*

**Dirk Kaemper** – Na minha opinião, o vídeo conta a história da Alemanha ocorrida na Segunda Guerra Mundial. Nós não devíamos subestimar o papel da televisão quanto à conscientização do povo alemão. Mesmo na época quando existiam só os dois canais de televisão de direito público, quase monopólio, os meios de informação como imprensa e rádio tiveram uma importância bastante grande. Com a situação atual, as possibilidades de uma conscientização da população através da televisão estão mais afastados do que nunca. Exatamente pelo fato da multiplicação dos canais.

Além disso, tem a nova pesquisa sobre o comportamento do telespectador e um dos resultados dessa pesquisa é que mais de 60% das pessoas que assistem televisão nem percebem ou nem registram o que está sendo emitido pelo aparelho de televisão. Esse número aumenta, por sinal, durante a emissão de propaganda comercial, chegando até 80%. Se nós considerarmos os milhares de dólares que são gastos para propaganda comercial, podemos constatar que a propaganda comercial é um programa minoritário. Isso não é nenhuma novidade nem mesmo nos Estados Unidos.

***Pergunta** – No Brasil, como no mundo inteiro, a televisão busca uma linguagem própria. No telejornalismo, em específico, o caráter opinativo parece tornar-se uma tendência combatida por uns e aceita por outros. Isto já é uma realidade. Na Alemanha se questiona essa postura opinativa dentro do contexto do telejornalismo? É bem-vista pelo público? Até que ponto influencia?*

**Dirk Kaemper** – Também sobre esse aspecto existem claras pesquisas na Alemanha, e nós mesmos fomos surpreendidos pelos seus resultados. Isto porque a maioria dos telespectadores, mais ou menos 70%, espera do moderador, respectivamente do comentarista, uma opinião claramente pronunciada.

## **Participantes: quem é quem**

Carlos Libório

Sérgio Mattos

Dirk Kaemper

Vera Martins

Roland Schaffner

Washington de Sousa Filho

## **Participantes: quem é quem**

**Carlos Libório** é professor aposentado do Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Mestre em Comunicação, radialista e jornalista profissional, exercendo no momento a função de diretor de Departamento de Jornalismo da TV Bahia, Canal 11, afiliada da Rede Globo. Participou do seminário como conferencista convidado.

**Dirk Kaemper** é historiador das artes e jornalista cultural. Terminados seus estudos de história das artes, história política e literatura alemã, Dirk Kaemper tornou-se autor e realizador de jornalismo cultural junto ao Primeiro Canal da TV alemã, na sede de Colônia. Dirk Kaemper realiza principalmente reportagens e documentários sobre os principais eventos artísticos e culturais na Alemanha. Como também *features* de cunho crítico sobre as políticas culturais dos municípios e estados da Alemanha. Ele se tornou reconhecido, também, por seus esforços talentosos de renovar a linguagem do jornalismo cultural na TV. Paralelamente ao seu trabalho jornalístico, Dirk Kaemper colabora com algumas galerias de arte, como também na conceituação de exposições de vários museus.

**Roland Schaffner** é diretor do Goethe Institut – Salvador/Bahia (ICBA – Instituto Cultural Brasil Alemanha) e co-coordenador do seminário intitulado “Cultura Política e Política Cultural na Televisão do Brasil e da Alemanha”.

**Sérgio Mattos** é mestre e doutor em Comunicação pela Universidade do Texas, em Austin, Estados Unidos. Professor Adjunto IV do Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, poeta e jornalista profissional, exercendo a função de editor de

Municípios do jornal “A Tarde”. É autor de várias obras sobre televisão, destacando-se as teses de mestrado e de doutorado, além dos livros *The Impact of the 1964 Revolution on Brazilian Television* (1982) e *Um Perfil da TV Brasileira: 40 anos de história – 1950-1990*. Foi coordenador deste seminário, além de ter sido também conferencista, debatedor e moderador das sessões.

**Vera Martins** é professora do Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Jornalista profissional com militância tanto na mídia impressa como na mídia eletrônica, tendo exercido a coordenação da TVE-BA e dirigido departamentos de telejornalismo em emissoras baianas. Participou do seminário como debatedora.

**Washington de Sousa Filho** é professor do Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Facom/UFBA, jornalista profissional com militância tanto na mídia impressa como na mídia eletrônica. Participou do seminário como conferencista convidado e como debatedor.