

Monografia

TELEVISÃO NO BRASIL E NO MUNDO

Em nenhum país do mundo o rádio e a televisão são livres, independentes de um poder político. Seja diretamente explorado pelo estado (URSS), por particulares (EUA, Brasil) ou em regimes mistos (Suíça, Inglaterra), esses veículos de comunicação de massa – alias os mais fantásticos e eficientes – são sempre controlados por um poder político. No sentido de economia tradicional, não existe em nenhuma parte, nesse setor, a liberdade de empresa.

Os sistemas que regem a rádio-televisão são sempre os “unitários” (unidade de empresas, sob o critério de administração e de produção, ainda que elas sejam públicas ou privadas), ou “pluralistas” (cada empresa com sua direção, subordinada e diretrizes legais gerais), ou “mistos” (onde as empresas estatais possuem uma só direção, e as particulares uma outra). E isso em função do caráter social desses veículos (media, em linguagem profissional), do alto custo da produção, e da ação cultural que deve desempenhar aos quais se juntam os poucos comprimentos de ondas e números de canais disponíveis.

De um lado a presença do estado com seus méritos (educação-deleite) e vícios (propaganda do poder), e de outro a empresa privada, cujos méritos (gratuidade de recepção) parecem não superar os vícios (excesso de publicidade, geralmente condicionando as camadas da população, incutindo gostoso duvidoso e necessidades artificiais; mediocridade da produção: em geral demagógica quase sempre fácil e de mau-gosto). E, no, meio, a virtude: organismos que, sendo públicos e autônomos, mantêm o equilíbrio sugerido pelo bom-senso onde os educadores e sociólogos tentem dar uma predominância às funções sociais.

Na prática, a televisão teve um desenvolvimento tão inesperado que formulações iniciais são refeitas. Enquanto que em regimes “unitários” – como na França – se introduz a publicidade, para não depender do poder público (leia-se, um estado, um homem-presidente e sua corrente política) ou se cria uma rede privada – como na Inglaterra – para oferecer uma concorrência em benefício da qualidade. Nos regimes pluralistas – como na liberal América do Norte – o estado pensa em montar sua própria cadeia de TV, para frear os excessos das cadeias comerciais.

No Brasil, onde a TV nasceu livre (“para fins culturais e educativos”) parece ser unânime, hoje, o sentimento da necessidade de criar-se uma cadeia pública que, sem depender de publicidade, poderia igualmente frear essa “corrida” para baixo, na caça ansiosa ao telespectador brasileiro, tido como incauto e pouco exigente, na verdade entorpecido e mediocrizado em massa. Nunca foi tão fácil brutalizar intelectualmente toda uma geração.

O caminho utópico e um tanto tímido tomado por idealistas brasileiros (a televisão educativa) poderá vir a constituir as bases técnicas de uma futura televisão estatal, de âmbito nacional, autônoma do poder central.

E para criar-se raízes, inculcar a necessidade de superar o momento presente, é bom, desde já, chamar-se a atenção de educadores e outros responsáveis pelo preparo das novas gerações. Olhando a televisão pelo mundo, veremos quanto o sistema brasileiro nasceu imperfeito e assim o permanece.

A TV NO MUNDO

Na URSS (38.000.000 de aparelhos de TV, 4 canais em Moscou, 3 em Leningrado, 152 repetidoras) o conjunto de serviços de rádio televisão é exercido pelo Comitê de Estado para o Rádio e Televisão, subordinado ao Conselho de Ministros.

Na POLÔNIA (3.200.000 aparelhos) o serviço de programas depende do Comitê Governamental da Rádio e da Televisão e o equipamento técnico do Departamento dos Correios e Telégrafos.

Essa tutela do DCT, usual na maioria dos países, é contestada, por a radiodifusão não é um meio de correspondência e, como tal, justifica um órgão próprio e específico.

Na IUGUSLÁVIA (1.050.000 aparelhos) a organização da rádio-televisão combina a descentralização (instituições principais grudadas em uma associação), a autogestão e a participação da “comunidade social” (poderes públicos).

Mas o que esses regimes possuem de exemplar (ainda que seja um exemplo negativo, pela propaganda insidiosa do poder) é a possibilidade de voltar esses dois veículos para o problema de educação e cultura das comunidades.

Há Estados onde o poder marca sua presença participando da administração.

Na DINAMARCA (1.500.000 aparelhos) o monopólio é explorado por uma comissão pública dirigida por um conselho do qual a maioria é designada pelo Congresso.

Na SUÉCIA (2.000.000 de aparelhos) o serviço é explorado por uma sociedade da qual as ações são detidas pela imprensa e por organizações diversas.

Na ITÁLIA (9.000.000 de aparelhos, 2 canais) a Radiotevisão-Italiana é constituída por uma sociedade anônima. Mas a maioria das ações pertence ao estado que a controla através do Ministério dos Correios e Telégrafos.

Às vezes, a língua cria problemas particulares. Assim, na BÉLGICA (1.900.000 aparelhos, 2 canais), existem dois institutos distintos para a língua flamenga e francesa, embora um estabelecimento especial dirija o conjunto de serviços técnicos, administrativos e financeiros.

Na SUIÇA (850.000 aparelhos, 3 canais – 1 por língua oficial) o problema é a relativa independência dos cantões. Assim, os equipamentos técnicos dependem do DCT. Os serviços de programas de radiodifusão pertencem a uma sociedade que agrupa 7 sociedades regionais e, na televisão, as partes são repartidas entre a sociedade de radiodifusão, a Imprensa e a Confederação Helvética. O governo participa das sociedades regionais nomeando 8 dos 17 membros, inclusive o presidente.

Na ALEMANHA OCIDENTAL (15.000.000 de aparelhos, 3 canais) não existe monopólio federal. Para a radiodifusão o sistema de conjunto compreende 9 organismos de Direito Público criados pelos estados (Landers) e administrados pelos Conselhos onde são representadas as instituições políticas, religiosas, culturais, profissionais, que são agrupadas em uma comunidade de trabalho. Para a produção de programas nacionais televisados, o sistema é o mesmo do rádio, acrescido de um outro organismo público autônomo.

Na HOLANDA (4.000.000 de aparelhos) os equipamentos técnicos dependem do estado, e a programação é assegurada por uma associação de 5 agrupamentos culturais, religiosos e políticos. Um segundo canal, funcionando experimentalmente, obteve êxito com financiamento publicitário.

Na INGLATERRA (18.000.000 de aparelhos, 3 canais) até 1954 a BBC (British Broadcasting Corporation) possuía o monopólio da rádio-televisão. A BBC é uma corporação pública criada por uma Carta Real, dotada de personalidade jurídica e tutelada administrativa e tecnicamente pelo ministro dos Correios e Telégrafos. Administrada por um Conselho de Governantes, estes são nomeados pela rainha, mas são os próprios que elegem seu diretor-geral. Em 1954 foi constituída a ITA (Independent Television Authority) encarregada de instalar estações de televisão e de conceder a exploração dos programas difundidos por estas estações, financiadas pela publicidade.

No CANADÁ e na AUSTRÁLIA os dois sistemas de televisão beneficiam-se de uma planificação e um controle comuns.

No JAPÃO (21.000.000 de aparelhos) coexistem uma potente corporação pública e numerosas empresas privadas.

Na AMÉRICA LATINA (35.000.000 de aparelhos²) os regimes comportam, em geral, uma maioria de empresas privadas, em número às vezes impressionante (Brasil: 43 telemissoras, contra 3 da Inglaterra e 2 da França) e submetidas a uma regulamentação teoricamente minuciosa

(exemplos nunca obedecidos: quantidade de horas de programas ao vivo, limite de publicidade entre os programas).

Às vezes, a divisão é feita de acordo com o veículo. No LÍBANO (1.000.000 de aparelhos de TV), por exemplo, a rádio é estatal, mas a televisão esta em mãos de sociedades privadas (inclusive com participação estrangeira).

Na ESPANHA (3.100.000 aparelhos) o estado controla a televisão e domina os informativos das rádios, que podem ser particulares (mas no fundo pertencem à Falange, grupo político franquista; ou à Igreja, sempre franquista).

Na ÁFRICA (6.000.000 de aparelhos?) o sistema em geral é o herdeiro do país colonizador (sistema inglês ou francês) com programas produzidos pelas antigas metrópoles.

É nos ESTADOS UNIDOS (85.000.000 de aparelhos, N. Iorque 11 canais) que existe o regime privado mais avançado do mundo. Contudo, a concentração das 650 telemissoras, em 3 grandes canais – NBC (National Broadcasting Company), ABC (American Broadcasting Corporation) e CBS (Columbia Broadcasting System), levam o governo a pensar na criação, para logo, de uma quarta rede, estatal e educativa. O sistema americano é o seguinte: nenhuma empresa pode possuir mais de um canal numa região de 5 em todo o país. Por isso, os 3 “grandes” compram horários nas centenas de emissoras locais e formam suas cadeias de “costa a costa” servindo-se desses canais, que operam de dia como emissoras e à noite, em cadeia, como retransmissores. Como algumas universidades e dezenas de municipalidades possuem suas próprias emissoras, muitas vezes experimentais, sempre educativas, o governo as reuniria, formando a 4ª. cadeia: a televisão pública.

Os sistemas de financiamento são sempre ou a publicidade ou o pagamento de uma taxa por parte do usuário, havendo, ainda, o financiamento por parte do governo ou de instituições particulares, no caso de TV Educativa sem fins lucrativos.

Um dos mais evoluídos de todos é o regime francês, cuja sistemática poderá ser adaptada ao Brasil. Legalmente, é um regime “unitário”, pois, comportando 2 canais (3 a partir de 1970, possui uma direção unificada – o Office de Radiodiffusion-Télévision Française – CRTF. É um monopólio do estado, assegurado por esse organismo publico de caráter industrial e comercial.

UM REGIME ESTATAL E LIVRE

A finalidade do ORTF, detendo esse monopólio das emissões radio difundidas e televisadas, é a de dar cumprimento a uma emissão de informação, de cultura, de educação e de distração do publico francês, seja no continente, seja nas colônias (Américas Central e do Sul e África).

Sua penetração se estende a todos os lares franceses, pois há quase um aparelho em casa residência (mais de 10.500.000 em 1969) e seu número continua crescendo. Acredita-se que a curva de saturação da fabricação de aparelhos só se dará em 1974, com 15 milhões de unidades.

O ORTF administra 2 canais de televisão em Paris, 23 centros regionais, além de 3 emissoras radiofônicas (France, Inter, France Culture e France Musique) e 32 centros regionais. São, ao todo, 92 estúdios de rádio, 23 de televisão, 40 mil horas de rádio (France Inter emite 24 horas por dia), 7 mil horas de televisão, 12.300 funcionários e um orçamento de 1.283 milhões de francos (Cr\$1.026.400.000,00 ao câmbio de 1968).

Para manter sua autonomia – em outras palavras, independência e equidistância do poder e do anunciante – o ORTF retira seus recursos financeiros de três fontes: uma taxa popular pelo direito de recepção (redevance), venda de sua produção ao exterior, e aluguel de seu tempo, ao governo, à publicidade de produtos de interesse nacional e de marcas.

O Office é administrado por um conselho que delibera o orçamento e controla mensalmente a sua execução, e é assistido por um comitê financeiro escolhido entre seus membros. O Conselho de Administração é composto de 24 membros, 12 nomeados pelo ministro da Informação (estando representados o Conselho do Estado, a Corte de Cassação; a Corte de Contas, a Universidade e o Corpo Diplomático) e os outros 12 são designados pelo Conselho de Ministros, escolhidos em listas apresentadas por organizações profissionais as mais representativas (telespectadores, da imprensa, do pessoal e outras personalidades “altamente qualificadas”) e esse Conselho de Administração elege seu próprio presidente e o vice, assegura a qualidade e a moralidade dos programas, vela pela objetividade e pela exatidão das informações divulgadas, verifica se as principais correntes de opinião têm oportunidades de se exprimir e desempenha um papel de controle nas emissões de propaganda eleitoral.

Mas o governo exerce controle estreito, nomeando o diretor-geral, que assegura a gestão do estabelecimento e é o único responsável pela nomeação e demissão de empregados (que possuem um contrato de trabalho comum) e conta com 80 auxiliares diretos.

O ORTF é submetido a quatro controles:

- Dos Ministérios da Informação, e de Finanças, que devem aprovar o seu orçamento;
- Do Ministério de Finanças quando visa às despesas de equipamento e de pessoal;
- Do Congresso, que é o único responsável pela autorização da percepção da redevance, pode designar comissões de investigações e, pelo menos a cada 3 meses, indica uma comissão parlamentar para se reunir com os responsáveis pelo ORTF.
- Da Corte de Contas.

QUEM USA PAGA

Mais de 90 % dos recursos de rádio e televisão francesa são oriundos de uma taxa dita “para-fiscal” – a redevance, que cada usuário paga, anualmente.

Eça é de 100 francos (Cr\$ 75,00) para quem possuir aparelho de TV (ou aparelhos – só se paga uma redevance por residência) e de 30 francos (Cr\$ 22,00) para o rádio, mas se a residência possui TV e rádio, só se paga os 100 f. Em 1969 sua arrecadação representou 1.337 milhões de francos (cerca de 1 bilhão de cruzeiros ao câmbio de 1969).

É muito, mas não o bastante. A cobrança da redevance comporta despesas – ela é cobrada na residência; existe a fraude – alguns adquirem o aparelho e o registram em nome de uma pessoa que já paga a taxa (4%); cobranças judiciais – pessoas que mantêm seus aparelhos desligados, ou que moram em fronteiras e recebem imagens de TV da Alemanha, Bélgica e Suíça (18%); taxas incobráveis – pessoas idosas estão isentas (1,8%).

Os serviços prestados ao governo rendem 3,6. Já as receitas comerciais, como a publicidade de interesse nacional (dita “compensada”, como o incentivo ao consumo de leite, de açúcar, a instalação de duchas), a venda de emissões e direitos autorais sobre música, rendem, juntos, 5,7%.

Assim o orçamento é equilibrado, mas deixa a desejar. Condicionar a melhoria dos equipamentos e ampliação das instalações ao simples aumento da renda das taxas pelo aumento do número de aparelhos seria limitar a expansão do Office.

Além disso, esse aumento de número de aparelhos diminuirá, ou cessará a partir de 1974, quando o mercado estiver saturado. Quatro possibilidades surgiram para desenvolver o orçamento do Office:

- 1.º) empréstimos – hipótese recusada, pois seria apenas transferir o problema.
- 2.º) contribuições do estado – arriscaria a comprometer a autonomia do Office, deixando-o à mercê da boa-vontade do estado.
- 3.º) o aumento da redevance – sistematicamente vetado pelo Congresso;
- 4.º) o apelo à publicidade de marcas – solução, enfim, adotada.

O POVO ACEITA A PUBLICIDADE

É evidente que a publicidade garante certa liberdade à imprensa, que não dependerá, assim, de subvenção, sem o que os custos da informação e da opinião seriam encarecidos e tornados de difícil custo ao grande público.

Mas, de outro lado, não é discussão acadêmica afirmar que setores da imprensa se prendem ao anunciante e cedem então sua opinião.

Na França. Os jornais sérios procuram equilibrar suas receitas entre publicidade e vendagem. Assim é com o influente Le Monde (51% de publicidade e 49% produto das vendas de seus exemplares em 1968) e La

Nouvelle Republique du Centre Ouest (49% e 51% respectivamente), ambos com mais de 500.000 exemplares diários. Há um que recusa publicidade e vive da venda de seus exemplares: Le Canard Enchainé.

Assim, a publicidade entraria na TV francesa. Mas surgiram alguns obstáculos:

1º) O público: este aceitou a publicidade, desde que limitada. Ela já existia, sob forma de produtos em geral, sem anunciar marcas e considerada de interesse geral, financiada por sindicatos de produtores agrícolas, loteria, caixas econômicas, etc.

2º) A imprensa: maior beneficiária da publicidade (não havendo publicidade na rádio e TV francesa, os anunciantes se refugiam nos “outdoors”, cinema, rádios periféricos, mas sobretudo, nos jornais e revistas), foi sempre contrária.

3º) A lei: poderia o Office aceitar publicidade, sem ferir a lei que o criou? Em 30 de janeiro de 1968 o Conselho Constitucional foi consultado e confirmou jurisprudência anterior, segundo a qual o Conselho de Administração do Office poderia decidir sobre essa matéria.

E a 1º de outubro de 1968, às 19h 57min, trinta milhões de franceses que sintonizavam o Canal 1 assistiram durante 2 minutos a filmes publicitários de uma marca de leite em pó, de uma geladeira, de um queijo e de uns toca-discos. Às 21h57 min, mais quatro filmes, todos de 30 segundos (a partir de 1º de janeiro de 1969 a publicidade de marcas passou a ser de 8 minutos diários, apenas).

Uma comissão de censura cuida da qualidade moral, e mesmo de sua autenticidade (é proibido o anúncio de drogas “miraculosas” ou forjadas, do tipo “entre cada 1.000 dentistas do Rio e São Paulo 900 usam, eles mesmos, o creme dental “X”). É vedado o acesso ao vídeo à publicidade de bebidas alcoólicas e fumo.

A 50 mil francos os 30 segundos, 8 minutos ao dia, a publicidade vai fornecer novos recursos previstos em 292 milhões de francos (cerca de 212 milhões de cruzeiros). Isso naturalmente vai influir no mercado publicitário francês (3,8 bilhões de francos em 1968), mas permitirá ao Office instalar um 3º canal, ainda em 1970 (primeiramente em Paris e adjacências; em 1973 cobrirá toda a França).

Mas a auto-suficiência financeira significa independência com relação ao governo?

A PROXIMIDADE PERIGOSA

De um lado o Office deveria pagar ao governo uma percentagem em relação à redevance, a título de impostos. Mas não o faz desde 1063, alegando as despesas efetuadas para difundir programas de interesse do governo (como o acompanhamento de comitivas governamentais, as

filmagens no exterior de interesse do governo, as campanhas durante os referendos, eleições etc.).

O governo por lei pode requisitar as ondas a qualquer momento, ou divulgar comunicados.

A indicação do todo-poderoso Diretor Geral e a nomeação de 12 dos 24 membros do Conselho, além do controle contínuo, asseguram ao governo um poder de decisão incontestável. Na realidade esse controle é pouco exercido, ou o é com parcimônia.

Além disso, o ministro da Informação é o encarregado da tutela e controle governamentais. Ele assegura, em primeiro lugar, o respeito ao monopólio da emissão. Conjuntamente com o ministro das Finanças ele aprova o orçamento do Office e controla a utilização que este faz de seus recursos. Enfim, ele deve velar para observação das obrigações gerais decorrentes do caráter de serviço público do Office.

Seria ingenuidade crer que um Diretor Geral, por mais bem intencionado, possa dizer um “não” ao ministro da Informação (aliás, o candidato Georges Pompidou, hoje presidente, prometera extinguir esse ministério.

O PODER MODERADOR

O congresso possui de início, a única competência, em virtude da Constituição francesa, para fixar as regras constitutivas do Office.

O Congresso pode colocar em causa a gestão e mesmo a política geral do Office, seja por ocasião da aprovação anual que ele deve dar para o aumento ou o simples recebimento redevance, seja pelos meios habituais do controle parlamentar (questões de ordem, interpelação ministerial, proposições de lei etc.). E a cada três meses há reunião de uma comissão de congressistas com o ministro da Informação e o pessoal do Office.

Além disso, há o controle às transmissões radiofônicas ou televisadas dos debates parlamentares.

Há um outro controle, por ocasião das campanhas eleitorais, e ainda por parte da Corte de Contas.

O Poder Judiciário se encarrega de fazer valer o direito de uma pessoa determinada ter acesso às ondas, desde que não haja impedimento tirado do interesse do serviço, mas não existe no Direito Francês, o “direito de resposta” na rádio e TV, ao contrário do que ocorre no Brasil.

Contudo, a lei de 1964 restabeleceu, em benefício do governo, o “direito de comunicado”, abolido há um século para a Imprensa, e que equivale ao “direito de resposta” do Poder. Esta disposição, que concilia a necessidade crescente da Informação de Estado, é compreensível, sobretudo num sistema de monopólio, na medida em que os noticiários tele transmitidos são subtraídos do controle governamental.

Existem 2 canais de televisão em Paris e 24 centros regionais, que transmitem em cadeia com o canal 1 em Paris (exceto das 19h15min às 19h40min, quando tem lugar as “Emissões Regionais” do interesse local).

O primeiro canal difundiu 3.600 horas em 1967, cobrindo toda a França. As programações começam às 10 e terminam às 23h40min com interrupções, e 30% das emissões são escolares.

O segundo canal, inaugurado em 1963, cobre hoje 75% do território; em 1967 foi introduzida a transmissão a cor neste 2º canal, ao ritmo de 10 horas por semana (hoje são cerca de 21 horas semanais em cores, o restante das transmissões são em preto e branco). Este canal é considerado “experimental”, pouco captado (os aparelhos receptores antigos só recebem o 1º canal) e mais intelectual, com 1 filme de longa metragem diário.

O terceiro canal, graças aos recursos da publicidade de marcas, será inaugurado em agosto de 1970, abrangendo inicialmente Paris e adjacências.

A programação é feita globalmente para os 2 canais. A época de férias (dezembro e agosto) merece mais tempo de transmissão. O telejornal é dinâmico, com recepção instantânea dos correspondentes em N. Iorque, Berlim, Londres, Moscou, etc. o melhor programa é o jornalismo semanal, com reportagens do mundo inteiro.

Existem mais de 10,5 milhões de aparelhos receptores (297 em 1949, 1,4 milhão em 1959) e aumentam num ritmo de 1 milhão por ano.

As televisões periféricas (captadas apenas nas fronteiras) são: Chanel Television (situada na ilha inglesa de Jéresei), Télé-Luxemburg (Luxemburgo), e Télé-Monte Carlo (Mônaco).

QUANDO ELA É EXEMPLAR

É evidente que, por si só, uma televisão de estado não significa muito. Necessário se torna conhecer o conteúdo de sua programação, a fim de saber se o que existe de exemplar nela seja positivo.

No caso da televisão francesa, a análise dê seu conteúdo revela forte dose de saúde mental e um bom gosto para os programas intelectuais. As novas disposições (que eliminaram o monopólio da produção, mantendo apenas o monopólio da emissão) permitiram, a partir de 1964, recorrer a todos os profissionais, educadores, intelectuais, jornalistas, dentro e fora da França (graças a esses novos dispositivos é que tiveram acesso ao vídeo francês os filmes e seriados da televisão americana).

Examinemos uma divulgação qualquer dessa televisão, através de seu primeiro canal.

Toda sexta-feira pode-se assistir a Vamos ao Teatro Essa Noite, onde peças leves, policiais, comédias, ou mesmo clássicos, possuem audiência que vão de alguns milhões ate um máximo de 40milhoesde telespectadores (para

obter uma audiência igual seria necessário a uma peça ficar em cartaz permanente durante 15 anos, num grande teatro parisiense).

No canal 2, diariamente, são exibidos filmes não comerciais. Graças a esse processo milhões de franceses puderam assistir aos filmes do cinema novo brasileiro (Deus e o Diabo na Terra do Sol, Terra em Transe, Os fuzis, etc.).

Uma programação rotineira é a seguinte: 10h10min – Televisão Escolar; 12h30min – Magazine Meio-Dia; 13h – Telejornal; 14h – Televisão Escolar; das 16h às 18h15min os transmissões são desligados, recomeçando às 18h15min com Jogos e Diversões; 18h40min – jogos e instruções para automobilistas; 19h10min – desenhos animados infantis; 19h15min – Atualidades Regionais (os demais canais do interior desligam-se da cadeia parisiense e transmitem informações de interesse local); 19h40min – Novela; 20h – Telejornalismo; 20h30min – Variedades (musicais, humorismo, jornalismo etc.); 21h50min – uma grande emissão estrangeira; 22h – programa especial; 23h30min – Telejornalismo; 23h45min – fim das emissões. Esse canal comporta ainda emissões periódicas de grandes clássicos de cinema (dois filmes no domingo), de teatro, debates sobre problemas nacionais (política, juventude, religião), entretenimento de crianças, inválidos, donas de casa etc.

Vendo-se uma programação como essa – que comporta muitas variações, pois estão sempre atentas à oportunidade do assunto e ao momento presente – cremos que os brasileiros temos muito a copiar do sistema francês, dirigido por um organismo público e autônomo, financiado pelos telespectadores e a eles dirigido, obedecendo mais à pedagogia – das ao poro o que se considera bom e nobre – do que à demagogia – dar ao povo o que ele quer.

POR UMA TV BRASILEIRA

A televisão, pelo menos do modo como a concebemos nos países industrializados, ainda não chegou ao Brasil, muito embora nossas emissoras de rádio venham usando a transmissão de imagem à distância.

A televisão, pelo menos do modo como a concebemos nos países industrializados, ainda não chegou ao Brasil, muito embora nossas emissoras de rádio venham usando a transmissão da imagem à distância.

No Brasil 43 tele emissoras (eram 44, incendiaram uma) disputam a preferência dos proprietários dos 4 milhões de receptores (dos quais cerca de 40% vivem desligados). Os rapazes até os 12 anos, as meninas até os 16, fazem dela uma paixão, rivalizando com os anciãos e inválidos. A dona de casa liga seu aparelho para ter som, “companhia”. Os casais, em geral à noite, assistem aos programas que os filhos escolhem.

Tentativas têm sido feitas para melhorar o conteúdo ou pelo menos diminuir os danos causados pela televisão brasileira. Artigo 99 e Concertos

para a Juventude, programas jogados nos horários menos próprios ou em canais menos vistos, hoje já possuem patrocinadores, o que garante sobrevivência.

A Rádio Televisão Educativa dá seus passos (são excelentes os frutos colhidos por ocasião do I Seminário Brasileiro de Rádio-Televisão Educativa), mas não é o suficiente.

A TV Cultura, em São Paulo, é ainda um “laboratório”, mais importando na medida em que educadores, psicólogos, jornalistas, acompanham sua evolução.

O público, de tanto ouvir dizer que sua TV é medíocre, sofre um certo complexo de culpa, e parece estar aberto para receber um novo tipo de televisão, e cabe às forças vivas do país mostrarem-se atentas a essa boa-vontade popular e criarem a oportunidade de salvar o mais fantástico veículo de comunicação de massa existente.

É chegada a hora de interligar numa grande rede nacional os canais concedidos aos programas educativos do Rio Grande do Sul, São Paulo, Goiás, Bahia, Pernambuco, Ceará e Amazonas, usando os 128 canais reservados pelo governo federal para o Sistema Nacional integrado de Televisão Educativa.

O projeto SACI (Satélite Avançado de Comunicações Interdisciplinares), elaborado pela Comissão Nacional de Aeronáutica e Espaço, esbarra com sérios problemas: menos de 3 milhões de aparelhos receptores funcionando (são 4 milhões, menos 40% de desligados) para uma população de 90 milhões. Faltam verbas (o custo anual do projeto será de 19 milhões de dólares), falta eletricidade para captação nas vilas mais necessitadas, abandonadas pela civilização. Faltam aparelhos receptores. Não só educação, mas também cultura e entretenimento. Concorrer com qualidade, forçando as emissoras privadas e reformular suas programações.

(Serviram de fontes: o anuário “QUID” de 1969, o livro de Fernand Terrou “L’ INFORMATION”, o artigo de M. Perron “L’ ORTF, ASPECTS FINANCIERS”, e levantamentos de audiência de MARPLAN e IBOPE. As estatísticas sobre número de aparelhos são em geral estimativas calculadas sobre dados oficiais quase sempre ultrapassados, daí a impossibilidade de confirmar a exatidão.)

(1) Monografia a ser apresentada no Centre d’Études de Communication de Masse da Sorbonne, curso de M. Edgar Morin

* BLOCH COMUNICAÇÃO
Nº 18 – 1970