

FAX-MEMO

Data: 03.10.97

Número de páginas incluindo esta folha
de rosto: 06

Para:

Sr. Fernando Ernesto

Correa

Fax: 51 3 9737

De:

Daniel Herz

Fax e Voz: 051-343.0484 ou 343.8578

COMENTÁRIOS:



Urgente



Para sua
apreciação



Favor responder
com urgência



Favor comentar

ASSUNTO:

1. É jornalista, Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília.
2. Trabalhou em diversos jornais da grande imprensa independente.
3. Foi Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, exercendo as funções de Coordenador do Curso e Chefe do Departamento.
4. Foi Coordenador Geral de Comunicação da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, de 1989 a 1990, na gestão do Prefeito Olívio Dutra.
5. É diretor do sindicato dos Jornalistas no Estado do Rio Grande do Sul.
6. É Diretor do Departamento de Relações Institucionais da Federação Nacional dos Jornalistas - Fenaj.
7. Foi Coordenador do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, de 1995 a 1997.
8. Está indicado para representar os Jornalistas junto ao Conselho de Comunicação Social, órgão previsto na Constituição para assessorar o Congresso Nacional, cuja composição está prestes a ser votada.
9. Autor do Livro “A história secreta da Rede Globo”.

Ilmo. Sr. Fernando Ernesto Corrêa
MD Vice-Presidente da ABERT

Prezado Fernando:

Não temos dúvidas de que sua sensibilidade pessoal foi decisiva para que a RBS assumisse um posicionamento politicamente avançado em relação à bem-sucedida negociação da TV a Cabo. Foi também esta sensibilidade que muito contribuiu para que Porto Alegre saísse da frente com a instalação do Canal Comunitário, ainda que em caráter experimental e precário. A estas considerações soma-se também a coerência que percebemos nas suas atitudes de sustentação dos acordos do Conselho de Comunicação Social e, posteriormente, da Lei de Imprensa que, infelizmente, acabou tomando outros rumos.

É esta percepção do papel que vem sendo cumprido por sua pessoa que nos anima a propor o que aqui será apresentado em relação ao Canal Comunitário.

Ainda na negociação da Lei da TV a Cabo concordamos com a tese de que não seria adequando jogar sobre os ombros das operadoras exigências em relação à sustentação do canal comunitário. Acreditávamos que a cessão obrigatória de equipamentos, por exemplo, tenderia a burocratizar a iniciativa e certamente tornaria o Canal alvo da cobiça de aventureiros. Assim, concordamos que caberia à comunidade organizar-se para gerar os recursos para ativação deste canal.

Esta crença somava-se à concepção de que as contrapartidas de interesse público vinculadas ao serviço de TV à Cabo, no fundamental, seriam asseguradas pelos segmentos de público interessados e com condições de renda para assinar o serviço.

Em artigo publicado pelo jornalista Gabriel Priolli, publicado recentemente pela Gazeta Mercantil - cuja transcrição lhe envio, em anexo - fica patente o risco do serviço de TV a Cabo contribuir para agravar o *gap* existente entre os

públicos com acesso e sem acesso a serviços de comunicação mais qualificados.

Cabe a todos preocupados com o interesse público empenhar-se pela criação de meios para que o acesso - direto ou mesmo indireto - aos serviços de TV por Assinatura seja popularizado o mais ampla e rapidamente possível.

É com este sentido que propomos uma posição mais agressiva e ousada para resolver o difícil problema do financiamento do Canal Comunitário. Nossa proposta é criar condições para que o assinante o faça de modo voluntário mas, digamos assim, com uma convocação compulsória.

A proposta é a seguinte:

- A Associação do Canal Comunitário de Porto Alegre produzirá um folder, convincente e com excelente apresentação, destinado a mostrar a representatividade da sua composição e a apresentar a proposta do Canal aos assinantes, destacando o significado deste empreendimento para a democracia na comunicação. O folder será encartado na revista da Net a ser distribuída aos assinantes de Porto Alegre .
- A Net-Porto Alegre anuncia que, a partir do mês seguinte, passará a cobrar R\$ 1,50 de cada assinante como contribuição voluntária para a sustentação do Canal Comunitário, ficando facilitada a suspensão da cobrança para aqueles que se manifestarem contrariamente (por exemplo, telefonando ou enviando uma carta resposta anexa ao folder).
- Todos aqueles que assim optassem pelo pagamento da contribuição passarão a receber uma prestação de contas elaborada com fé pública (por exemplo, com a participação do Ministério Público).
- Esta iniciativa estará respaldada em um convênio firmado entre a Net-Porto Alegre e a Associação do Canal, se possível com a interveniência - como testemunha, por exemplo - da Delegacia Regional do Minicom.

Esta é a proposta. Sabemos que há o aspecto polêmico da “convocação compulsória”, mas temos a certeza que se surgissem eventuais resistências, isto levaria à manifestação pública em apoio de dezenas de sindicatos, entidades comunitárias e associativas de Porto Alegre. Isto é, nesta questão, estes setores ficariam ao lado da RBS, pois todas estão sentindo as dificuldades de financiamento do Canal Comunitário. Temos a convicção, entretanto, de que temos sólidos argumentos para convencer os assinantes da importância da adesão.

Nossa proposta, deste modo, é a de mais um lance ousado, a ser desenvolvido em conjunto com a RBS, que certamente tomaria Porto Alegre uma importante experiência piloto para a viabilização do Canal Comunitário.

Por outro lado, as dificuldades encontradas, em todo o Brasil, para tornar efetiva a operação dos Canais Comunitários, acabam por esvaziar a importância e o conteúdo avançado da Lei da TV a Cabo, pois trata-se do dispositivo da Lei que mais concreto deixa estes significados para imensos contingentes sociais.

Temos certeza, também, de que se fosse obtida esta receita teríamos, aqui em Porto Alegre, um Canal Comunitário de alta qualidade, pois o nível de compreensão acerca do papel deste canal para uma efetiva representação da pluralidade é um dos mais elevados do país.

Esta é mais uma oportunidade para sairmos na frente, como sabemos que é do seu agrado.

Esclareço que, embora atualmente ocupe a função de Presidente do Conselho Deliberativo da Associação do Canal Comunitário aqui de Porto Alegre, esta correspondência destina-se a uma sondagem em caráter pessoal e reservado, para evitar qualquer constrangimento.

No aguardo do seu retorno,

Cordialmente

Daniel Herz

A TELEDIVISÃO DE CLASSES

Gabriel Priolli

19 de setembro - Já é perfeitamente nítida, a essa altura da inserção da TV brasileira na globalização dos mercados, uma divisão de classes que Marx e Engels jamais sonharam, mesmo em noites dos piores pesadelos. Com a expansão vertiginosa da TV paga, por meio das tecnologias combinadas de cabo, MMDS e difusão direta de satélite, e seu doloroso impacto sobre a TV convencional, articulada em grandes redes nacionais ou estações isoladas em VHF, o rebanho da audiência vai sendo tangido, cada vez mais, para dois currais absolutamente distintos. De um lado, o dos telespectadores ricos, abastecidos por quase uma centena de canais pagos em seus espetaculosos sistemas de 'home theater'. De outro, o dos telespectadores pobres, limitados a menos de uma dezena de opções gratuitas, que lhes chegam aos modestos televisores com qualidade, pelo tosco caminho das antenas espinha-de-peixe.

Às portas do terceiro milênio, a TV brasileira instaura uma fase de 'feudalismo eletrônico'. Assim como, na idade média, a nobreza, em contraste com a nascente burguesia, que se agregava fora e em torno desse universo, a sociedade de massas nacional vai atingindo um ponto de radical exclusão, nas oportunidades televisivas que oferece aos súditos mais e menos dotados materialmente de seu reino. Ilhada na terra das atrações infinitas, a minoria privilegiada locupleta-se na programação de 'qualidade', mais informada e rigorosa em seus padrões estéticos. E, ao seu redor, a maioria despossuída submerge no oceano da 'popularização', consumindo programas cada vez mais rasos, apelativos e bisonhos, desenhados sob medida para o que se supõe seja o gosto limitado dessa audiência.

A TV aberta não esconde a sua clara opção pela programação 'popular'. Ciente de que o público A e B está migrando incontrolavelmente para a TV paga, resta-lhe o C, D e E, que não segue a elite apenas por falta de recursos. Se é este telespectador, mais simplório, que permanece fiel a seus canais, é ele quem cumpre seduzir e manter cativo, para 'vendê-lo' ao mercado anunciante. E a melhor forma de fazê-lo, imagina-se, é oferecer-lhe emoções primárias. Daí o ressurgimento do mundocanismo, em programas como o de Márcia Goldsmith, no SBT, que expõe a intimidade das pessoas à sanha e, eventualmente, à execução pública. Ou a disputa de quatro grandes redes por um apresentador como o famigerado Ratinho, nova encarnação do eterno sensacionalismo policiaisco, Ou ainda o recurso ao nu, ao sexo e ao bizarro, em shows de auditório supostamente familiares, como os de Gugu Liberato ou Fausto Silva.

Em contraste, a TV paga se abre a uma profusão de canais de todas as procedências, que, se também abastecem a elite com conteúdos populares, sobretudo através dos canais hispânicos, oferecem na maioria programas mais refinados, onde impera a preocupação com o nível cultural e o refinamento plástico. Já são várias as emissoras dedicadas integralmente ao telejornalismo, por exemplo, ou ao documentarismo. Estações culturais, com programação que difunde da ópera ao jazz, ou do cinema de arte à música de concerto, também vão surgindo todas as semanas. Canais especializados em educação e informação já estão no ar, como as redes educativas estatais ou a TV Senac, ou entrarão em breve, como a futura Fundação Roberto Marinho ou os canais universitários, em organização em São Paulo, Rio, Belo Horizonte e outras praças. Em todos esses casos, a suposição é de que o público busca emoções mais densas, ou sensibiliza-se pela razão, num padrão de exigência em tudo e por tudo contrastante com o do telespectador popular.

O curioso nesse processo de delimitação radical dos públicos é que, nele, convivem simultaneamente duas épocas distintas e remotas da televisão brasileira. A primeira, a da TV ao vivo, dos anos 50, quando o televisor ainda era um eletrodoméstico muito caro e estava, por isso mesmo, ao alcance de poucos. Se eram apenas os ricos que podiam gastar o

equivalente ao preço de um automóvel para ter em casa um aparelho de TV, era a eles que se voltava a programação, com teatro de vanguarda, música lírica e informação de bom nível. Na segunda época, entretanto, que se localiza nos anos 60, a expansão da economia, a necessidade de ampliar o mercado e os mecanismos de crédito direto ao consumidor facilitam o acesso ao televisor. O aparelho torna-se muito mais barato e as favelas pontilham-se de antenas de TV. Com o novo público integrando-se à massa da audiência, a programação trata de atendê-lo. E é então que Chacrinha, Raul Longras, Flávio Cavalcanti, Dercy Gonçalves e outros animadores fazem bacalhaus e bananas voarem sobre os auditórios, celebram casamentos no vídeo, promovem sessões de umbanda ao vivo, apelam à escatologia, aos palavrões e ao erotismo.

Quando a tendência popular se instaura, ela praticamente anula a programação refinada da década anterior. A elite, inconformada, se queixa e o governo militar desvia-se de suas graves preocupações geopolíticas, para frear abusos e exigir seriedade das emissoras. Os pratos da balança, que haviam se alternado completamente, só atingem um ponto de equilíbrio com o sucesso da Globo e o advento de seu 'padrão de qualidade', na virada dos anos 70. A partir de então, consolida-se a crença de que é possível atender a gregos e troianos no vídeo, desde que a programação se estabeleça num patamar mediano de gosto, não tão raso que afugente a elite, não tão denso que a patuléia não o compreenda. Tanto os conteúdos eruditos quanto os populares convergem para um padrão comum de bom-gosto, que se pretende ao mesmo tempo fino e popular. E, por mais de 15 anos, a televisão pode sonhar-se uma mídia unitária, democrática, capaz de atender os interesses mais heterogêneos de sua audiência.

A TV paga explode com a concepção centralizadora e universalizante da TV aberta. Amputa-lhe a audiência de elite, deixando-a na carne viva da perda de receitas e de prestígio, limitada apenas ao público de massas. Novamente, as duas visões opostas sobre o uso do veículo coexistem, mas não mais constrangidas a partilhar os mesmos canais. Instaure-se o feudo eletrônico, oferecendo à minoria a mais ampla gama de conteúdos, sobretudo os sofisticados, e condenando a maioria à ignorância, ao preconceito e ao mau-gosto. Não por acaso, a íntegra dos programas brasileiros produzidos e veiculados especialmente pela TV paga são documentários, entrevistas, debates e séries culturais. Não por acaso, igualmente, as novas atrações da TV aberta são shows de auditório, telejornais sensacionalistas, novelas baratas e programas de auto-ajuda, religiosa ou leiga. 'A cada qual segundo as suas necessidades', reza-se hipocritamente nas emissoras, em releitura da máxima distributiva da justiça marxista.

É certo que o novo período feudal na TV pode ser apenas transitório. Nada impede que, com o previsível barateamento dos serviços de TV paga, a massa inculta passe a consumi-los, o que levará à necessidade de atender também a essa franja de público. Deverão conviver, portanto, os conteúdos eruditos e os populares na TV por assinatura, agora segmentados por canais específicos e não mais por faixas horárias num mesmo canal. Mas, de qualquer forma, restará a TV aberta, a grande televisão de massas, que continuará atingindo os lares dos últimos dos despossuídos. A esta, aparentemente, parece reservado o destino sombrio da indigência estética e moral. Os limites finais da decência e do bom tom serão provavelmente ultrapassados, projetando-nos no pântano do grotesco e do absurdo. A menos que a reforma educacional triunfe e crie um novo telespectador, cidadão pleno, informado e consciente, tudo que cairá sobre a audiência será um lixo cultural da pior espécie. E o mais grave de tudo: por não saber o que de melhor existe, esse público gostará dos dejetos que lhe darão. (Gazeta Mercantil/Fim de Semana/Página 10)