

TV, UM PODER SEM CONTROLE

No Brasil, a TV é um poder autônomo que só será controlado com a organização da sociedade civil

A televisão é um fenômeno da segunda metade do século XX. Ela surge num momento de crise dos paradigmas democráticos, fortemente abalados pela ascensão do nazi-fascismo e rigorosamente confrontados com as promessas de bem-estar social geradas pelo Estado soviético. A guerra retardou por alguns anos a consolidação da TV como veículo de comunicação de massa hegemônico, especialmente na Europa. A *BBC*, por exemplo, que foi ao ar pela primeira vez em novembro de 1936, ficou sem transmitir durante quase sete anos por causa da guerra. Ela saiu do ar no dia 1º de setembro de 1939, quando 20 mil residências já possuíam aparelhos de televisão em Londres, e só voltou a operar no dia 7 de junho de 1946¹.

A democracia, com alguns sustos e percalços, consolidou-se em grande parte do mundo. A idéia da divisão dos poderes e do permanente controle operado entre eles está na base do regime. Há democracias com forte participação popular e efetivo controle social, e há outras que funcionam apenas de forma aparente. De qualquer modo, umas e outras buscam se legitimar pela idéia *rousseauuniana* da soberania absoluta da maioria, com todos os cidadãos tendo direito de voto e, através dele, a capacidade de controlar os poderes constituídos. É a democracia liberal burguesa em pleno funcionamento.

Quando esse sistema de organização política estava se recuperando de um conflito armado que quase lhe destrói as bases, surge, cresce e se consolida um novo poder, paralelo aos três poderes clássicos. É a televisão, ocupando um enorme espaço político e impondo sua agenda a toda a sociedade. No dizer de Popper, “a democracia consiste em submeter o poder político a um controle. É essa a sua característica essencial. Numa democracia não deveria existir nenhum poder político incontrolado. Ora, a televisão tornou-se hoje em dia um poder colossal; pode mesmo dizer-se que é potencialmente o mais importante de todos, como se tivesse substituído a voz de Deus”².

Quanto mais frágil a democracia, mais força possui a televisão. No caso brasileiro, os exemplos de interferência da TV – particularmente da *Rede Globo* – no processo democrático se multiplicam. Desde o apoio incondicional à ditadura militar, passando pelas tentativas de manipulação das apurações nas eleições para governador no Rio de Janeiro em 1982 e pela edição fraudulenta do debate Collor-Lula em

O AUTOR

Laurindo Lalo Leal Filho

Sociólogo e jornalista, professor Livre-Docente da Escola de Comunicações e Artes da USP.

1. LEAL FILHO, Laurindo Lalo. *A melhor TV do mundo*. São Paulo: Summus, 1997. p. 48.

2. POPPER, Karl. CONDRIY, John. *Televisão, um perigo para a democracia*. Lisboa: Gradiva, 1994. p. 29.

1989, até à divulgação de pesquisas desatualizadas às vésperas do primeiro turno das eleições para o governo de São Paulo, em 1998, a televisão tem procurado modificar, segundo seus objetivos, os resultados do jogo democrático, quase sempre com sucesso.

Mas a televisão, com suas múltiplas faces, não é um fenômeno que permita análises fáceis e definitivas. Como lembra Dahlgren, a TV assemelha-se a um prisma, através do qual vemos e entendemos alguns lados, mas não todos ao mesmo tempo³.

No caso deste artigo, estamos tratando da televisão como indústria e fenômeno sociocultural. São duas faces do prisma que nos remetem à questão do controle e do financiamento da televisão. Ou, de forma mais simples, à idéia corrente de que quem paga controla e, ao controlar, determina os padrões da programação, seu ritmo, sua organização, impondo, por exemplo, uma absoluta falta de limites entre jornalismo, publicidade e relações públicas.

CONCEITO DE SERVIÇO PÚBLICO

Mas por que deve ser assim? Não é possível desvincular o financiamento do controle? Para responder a essas questões é necessário recorrer ao conceito de serviço público. É ele que vai impor limites ao poder absoluto que o concessionário de um canal de televisão tem sobre o conteúdo da programação. A idéia do rádio – e depois da TV – como serviço público é dos anos 20 e localiza-se na Europa Ocidental. Foi a forma encontrada para evitar, ao mesmo tempo, o comercialismo que já tomava con-

ta do rádio norte-americano e o estatismo soviético. O objetivo era manter o rádio independente tanto dos negócios, como da política. E para isso só havia uma forma: cobrar licença de uso dos radiouvintes, prática que se mantém até hoje em vários países europeus, estendida para a televisão. No Brasil, embora o rádio tenha surgido com a pretensão de ser instrumento de cultura e ciência, numa das expressões do seu fundador, o antropólogo Edgar Roquete Pinto, ele logo se comercializou, levando a TV a seguir no mesmo rumo. Só com a Constituição de 1998 é que a idéia do serviço público no *broadcasting* brasileiro aparece de forma clara. Em seu artigo 223, a Carta diz que deve haver um “princípio de complementaridade dos sistemas privado, público e estatal” de rádio e teledifusão. Mas da letra à prática a distância é grande.

O conceito de serviço público, tal como foi formulado na Europa Ocidental, pressupõe o atendimento de necessidades fundamentais da população. Dessa forma, os serviços de rádio e televisão se equiparariam aos de água, telefone, energia ou correio, por exemplo. E teriam duas vertentes básicas: a referente à cidadania, procurando elevar as condições de participação dos cidadãos na vida democrática e a da cultura, servindo como disseminadora da riqueza lingüística, espiritual, estética e ética de povos e nações⁴.

Para executar com autonomia esse serviço público, as emissoras devem manter distância das interferências do Estado e dos negócios. Por isso, em praticamente todos os países da Europa Ocidental, parte do financiamento das emissoras de televisão vem da taxa cobrada dos telespectadores. Ao mesmo tempo em que essa cobrança garante a autonomia das emissoras, ela estimula também o telespectador a exigir qualidade dos produtos que recebe em casa. Os mecanismos existentes para o exercício desse controle variam de

3. DAHLGREN, Peter. **Television and the public sphere.** (Televisão e esfera pública.) Londres: Sage Publications, 1995. p. 24.

4. LEAL FILHO, Laurindo Lalo. **A melhor... op. cit.** p. 18.

país para país. Na França, por exemplo, a responsabilidade cabe ao Conselho Superior de Audiovisual, formado por nove membros, indicados pelo presidente da República, pelo presidente do Senado e pelo presidente da Assembleia Nacional; na Itália existe o “Gerente della Editoria”, uma espécie de defensor público nomeado pelo Parlamento, além de um código de auto-regulamentação, implantado recentemente; no Reino Unido a tarefa é dividida entre os Conselhos Diretores da *BBC* e da *Televisão Independente*, que contam com o controle externo de uma Comissão criada pelo Parlamento, com mandato para acompanhar o nível das programações e servir de canal de comunicação entre os telespectadores e as

emissoras, encaminhando críticas e sugestões.

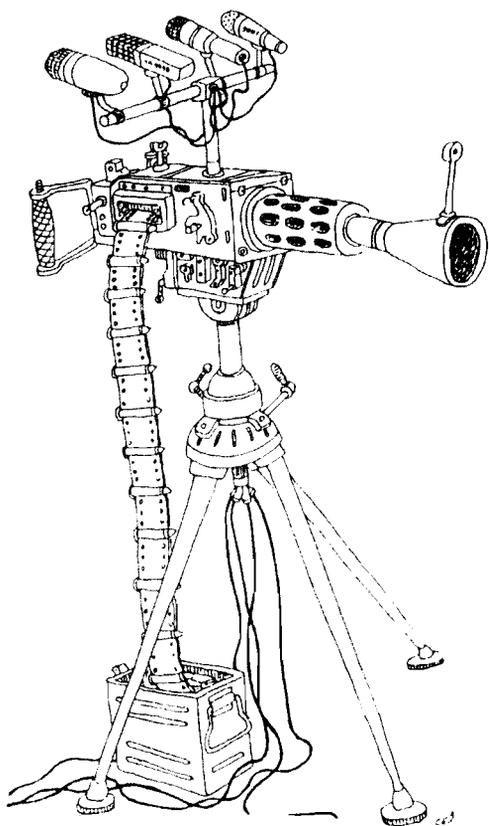
Além disso, pelo fato de se constituir em um serviço público, a televisão tem a obrigação de oferecer programações diversificadas e complementares. Um anti-exemplo clássico é dado por um jogo de *rugby* transmitido simultaneamente por oito emissoras de televisão de uma mesma região dos Estados Unidos⁵. No Brasil, ocorre a mesma coisa.

Quando uma emissora comercial encontra uma fórmula de sucesso, com grande audiência, logo é copiada pelas concorrentes, tirando do telespectador qualquer tipo de escolha. Se no entretenimento essa prática leva à rotina e à monotonia das escolhas iguais, no jornalismo cria situações de unanimidade, perigosas para a vida democrática.

PROGRAMAÇÃO E ÍNDICE DE AUDIÊNCIA

O argumento de que as programações são determinadas pela audiência é falacioso. Ao buscar índices cada vez mais elevados de audiência, as emissoras estão apenas oferecendo produtos para serem consumidos no mercado. Ao mercado, por definição, só se oferece o que é vendável. E quem disse que só o que é vendável tem qualidade? Existem inúmeros produtos culturais valiosos que não são oferecidos aos telespectadores apenas por não encontrarem espaço no mercado.

E mais, “pode-se e deve-se lutar contra o índice de audiência em nome da democracia. Isso parece muito paradoxal, porque as pessoas que defendem o reino do índice de audiência afirmam que não há nada mais democrático (...) O índice de audiência é a sanção do mercado, da econo-



5. SENDALL, Bernard. *Independent television in Britain*. Origin and foundation, 1946-62. (Televisão independente na Inglaterra. Origem e fundação. 1946-62.) Londres: Macmillan, v. I, 1982.

mia, isto é, de uma legalidade externa e puramente comercial (...). A televisão regida pelo índice de audiência contribui para exercer sobre o consumidor supostamente livre e esclarecido as pressões do mercado, que não têm nada da expressão democrática de uma opinião coletiva esclarecida, racional, de uma razão pública, como querem fazer crer os demagogos cínicos”⁶.

Se essa preocupação já está presente na Europa, apesar de todos os mecanismos de controle antes mencionados, no Brasil a falta de um debate mais rigoroso dessas questões leva a demagogia, mencionada por Bourdieu, a limites perigosos. Diretores e apresentadores de televisão, comprometidos com o modelo comercial descontrolado, chegam a considerar o *meio* absolutamente neutro. Para eles, a TV seria apenas um eletrodoméstico e seu papel cultural comparável a uma janela. Dessa forma, o problema estaria na paisagem e não na janela. Como se a televisão não escolhesse entre milhares de paisagens aquelas que, segundo seus critérios, servem para dar mais audiência. Ou pior, não forjasse situações que nem na paisagem estão. São cenas falsas, vendidas como verdadeiras, apenas para atrair espectadores incautos. Aqui vale lembrar o primeiro diretor geral da *BBC*, John Reith, dizendo já na década de 20 que “uma coisa é uma audiência inteligente sendo insultada. Outra coisa é uma audiência que não sabe que está sendo insultada”⁷.

Outro argumento a favor do descontrole da televisão vem dos fascinados pelas novas tecnologias. Elas nos conduziriam ao melhor dos mundos e isso ocorreria quando, em casa, diante de milhares de ofertas, o telespectador pudesse montar a sua própria programação, a partir do seu livre-arbítrio. É até possível que se chegue perto disso nos países do capitalismo central, com baixa concentração de renda e alta taxa de escolarização. Na periferia do sistema, a tendência no entanto é oposta. A televisão por

assinatura está ampliando o fosso que divide a população minoritária de alta renda, da grande maioria sem recursos para ingressar no mundo do cabo ou do satélite. No Brasil já é possível se falar em duas televisões: a dos ricos, segmentada e um pouco mais diversificada, e a dos pobres, aberta e monocórdia.

RESPOSTA DA SOCIEDADE

A situação chegou em níveis tão dramáticos que começou a provocar anticorpos. A sociedade brasileira, ainda que de forma fragmentada e tímida, tem dado demonstrações de descontentamento com essa situação. Pesquisa realizada pelo Instituto *Datafolha* revelou que 75% dos telespectadores querem um controle sobre as programações das TVs (*Folha de S. Paulo*, 9/11/1997). Nesse índice incluem-se conservadores ferrenhos, saudosos da censura prévia e grupos de cidadãos preocupados com a amplitude do poder que as TVs vão adquirindo sobre a sociedade. É preciso ter clara essa diferença, porque os beneficiários do atual modelo gostam de confundir controle democrático com censura, o que não deixa de ser também totalmente falacioso.

Hoje, quem exerce a censura são os concessionários dos serviços públicos de televisão e seus prepostos colocados em cargos de direção. São eles, e apenas eles, que decidem o que a sociedade quer ver e ouvir. Portanto, a luta não é pela volta da censura, uma vez que ela continua existindo. Saiu das mãos da polícia e caiu no colo dos “donos das emissoras”, como os concessionários gostam de se auto-intitular.

6. BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. p. 96.

7. CASHMORE, Ellis. ... and there was television. (... e havia televisão.) Londres: Routledge, 1994. p. 25.

São eles que impõem gostos e padrões à grande maioria dos brasileiros. “O Brasil se conhece e se reconhece pela televisão, e praticamente só pela televisão, que reina absoluta sobre o público nacional, com um peso muitas vezes superior aos outros veículos”⁸. Estima-se hoje em mais de 40 milhões o número de domicílios com aparelhos de televisão no Brasil (a mais recente Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílio do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – realizada em 1995, indica a existência de 38,9 milhões de domicílios com televisão no país).

Mas apesar de toda essa força e dos números de audiência exibidos pelas emissoras, o público mostra-se descontente com o que recebe em casa. Outra pesquisa,⁹ realizada com jovens entre 14 e 20 anos, mostra que a maioria rejeita programas que tiram *sarro* da cara das pessoas e afirma que a “TV não se preocupa em informar, só em ganhar audiência”. O mais importante da pesquisa está na revelação de que os jovens mais críticos em relação à TV são os das camadas de renda mais baixas. Só 18% dos que têm renda familiar igual ou inferior a R\$ 850,00 gostam de programas que ridicularizam as pessoas e explo-

ram brigas e bate-bocas. Quando a renda sobe para a faixa de R\$ 1.600,00 a R\$ 2.500,00, o interesse por esses programas passa para 23%, e quando chega a R\$ 3.750,00 ou mais, a aceitação é de 28%. Uma das explicações possíveis para esses números é a percepção que o jovem de renda mais baixa tem da importância da TV como fonte complementar de informação, além da escola. Por isso ele encararia a televisão com maior seriedade, esperando dela programas que auxiliassem na sua formação, diferente dos jovens de renda mais alta, para os quais a TV é apenas uma forma de lazer e entretenimento¹⁰.

Dados como esses vão formando a base que começa a sustentar o debate em torno da qualidade da televisão brasileira e da necessidade da criação de mecanismos democráticos de controle sobre sua programação. A tendência observada até aqui é da ampliação constante desse debate em foros distintos: no Parlamento, na Imprensa, nos Colégios e Universidades e em grupos organizados da sociedade civil. É essa discussão, amparada em pesquisas de opinião e em estudos científicos, que começa a formar a massa crítica necessária para reverter o quadro atual, onde a televisão reina como um poder sem controle.



8. BUCCI, Eugênio. *Em busca dos direitos do telespectador*. Revista on-line Observatório da Imprensa. 20/11/1997.

9. O ESTADO DE S. PAULO. *Jovens de classe C rejeitam brigas na TV, diz pesquisa*. Caderno 2. São Paulo, 17/11/1998. D1.

10. O ESTADO DE S. PAULO. *Jovens... op. cit.*

Resumo: O artigo tem como tema central a relação TV e sociedade. Ele trata da televisão como um fenômeno social, apresenta as linhas básicas do modelo público europeu de *broadcasting* e analisa o caso brasileiro no momento atual. O texto situa historicamente o surgimento e a consolidação da TV como veículo de comunicação de massa e, a partir daí, analisa a questão do controle e do financiamento das emissoras. Questiona o modelo comercial hegemônico adotado no Brasil, ao confrontá-lo com o sistema público europeu. Mostra como a televisão, em nosso país, torna-se um poder autônomo sem qualquer controle social e apresenta um breve balanço das reações da sociedade à atual crise de qualidade da TV brasileira.

Palavras-chave: controle social, sistema público, televisão, democracia, qualidade de programação

Abstract: The relation between TV and society is the central subject of this paper. It examines the television like a social phenomenon, it shows the basic lines of European public model of broadcasting and analyses the Brazilian case in the actual moment. The paper treats the birth and consolidation of TV like mass communication vehicle and analyses its control and financing. It compares the hegemony commercial model used in Brazil with the European public system. It shows how Brazilian television gives a autonomous power, without any social control and it makes a brief balance about the public reaction face the actual crises of quality in the Brazilian television.

Key words: social control, public system, television, democracy, programming quality