

TV: saber democratizado ou divertimento sem qualidade?

«(...) l'accès à la télévision a pour contrepartie une formidable censure»

Pierre Bourdieu

No início dos anos 80, dois sociólogos franceses propunham no seu livro *La Folle du Logis*¹ que a televisão seria o objecto mais democrático das sociedades democráticas. Embora nos fosse provavelmente mais fácil convencer que a televisão seria o objecto mais totalitário das sociedades totalitárias, a verdade é que nem uma asserção, nem a outra, se tornam francamente produtivas de um ponto de vista científico.

A verdade é que os efeitos da televisão nesta segunda metade do século XX são extremamente complexos e de natureza multimodal, ou, pelo menos, dual, encerrando uma lógica de princípios distintos, opostos, que realizam o conceito, isto é, que perfazem e constituem as ambiguidades instrumentais, logotécnicas e performativas da máquina televisiva, não esquecendo a univocidade do meio, isto é, a labilidade «contemplativa e fática» da recepção, no dizer de Noël Nel².

Importa desde já pensar no posicionamento em contexto deste objecto tão visível e simultaneamente tão opaco, designadamente no plano hermenêutico. A televisão entrou nas nossas vidas como um dos mais poderosos instrumentos de entretenimento e informação. E, nesse particular, não há dúvida que a velha máxima de Marcello Caetano, ele mesmo,

6.

¹ Dominique Wolton e Jean-Louis Missika, *La Folle du Logis - La télévision dans les sociétés démocratiques*, Gallimard, Paris, 1983.

² Noël Nel «Les régimes de l'agir télévisuel», texto policopiado, da conferência proferida no Curso da Arrábida dirigido por Mário Mesquita, em 1997.

predominará como verdade insofismável: «a televisão não é boa nem má, depende do uso que se faça dela».

Certo é que quando a televisão começou, isto nos anos 30, com as primeiras emissões experimentais da BBC e com as transmissões dos Jogos Olímpicos de Berlim, em 1936, a receptividade aos eventuais efeitos do novo media não era a melhor. A grande inquietação era, sem dúvida, saber se a televisão constituiria um progresso civilizacional ou se seria a decadência. Hoje, passados 50 anos, ainda há quem se interroge do mesmo modo, e obtenha respostas idênticas.

Se havia exemplos de uso «amigável» do objecto, também os havia de quase ódio de estimação. Nessa pré-história da televisão, conta-se o caso de dois reparadores de TV's, novaiorquinos, olhando inquietos para uma televisão que o seu proprietário, encolerizado, havia partido... Comentava um para o outro: «Final é o nosso melhor cliente. Primeiro, parte-a com raiva, depois apercebe-se que não pode passar sem ela».

A própria chegada da publicidade à televisão não se fez sem forte oposição. O delegado escocês do Conselho da ITV, nos anos 50, considerava que autorizar a publicidade na TV era tabu, era como permitir a particulares a emissão de notas de banco.

Todos estes casos mostram, afinal, que a chegada de um novo meio pode ter os usos mais inesperados e as fobias mais inusitadas. De facto, a televisão foi o primeiro meio de comunicação que submergiu a aldeia global, mas sem que esta a pudesse, em boa parte, entender. Como alguém disse, ela penetrou desde logo em regiões que praticamente não haviam abandonado ainda a civilização do totem e do tam-tam. Hoje, ela passa por ser o nosso maior fétiche.

Muito provavelmente, razão tinha-a um legislador do Estado da Califórnia que, no início dos anos 60, inscreveu a televisão na lista dos «objectos de primeira necessidade», a par da cama de dormir, da torradeira e do fogão de cozinha.

Aparentemente, na prática, não tem havido muitas ocasiões para nos certificarmos disso mesmo. Mas quase quarenta anos depois, com alguma distância histórica transcorrida, é possível identificar nos grandes acontecimentos deste século XX alguns factos iniludíveis dessa visão utilitarista

da televisão. Recorde-se, por exemplo, a Mundovisão. Decorria o mês de Julho de 1961 e, para os principais chefes de Estado das grandes potências, a Mundovisão significava, em primeiro lugar, a paz e uma maior comunicação entre homens, culturas e civilizações.

Precisamente nessa altura, J. F. Kennedy convidava todos os países a participar na organização de um sistema de comunicações por satélite «para concorrer para a paz mundial e para a fraternidade entre os povos». «Bravo!», ter-lhe-ia dito Nikita Kroutchev, pouco tempo depois, reconhecendo que a Mundovisão ofereceria possibilidades sem precedentes no desenvolvimento das relações entre os povos. Até que, em Outubro de 1962, com a inauguração da estação terrestre de Pleumeur-Bodou, a primeira estação de satélites a «unir» dois continentes (mais precisamente EUA e França), através do satélite Telstar, o general De Gaulle afirmava a sua esperança de ver a nova tecnologia contribuir para as «relações entre os povos, para a sua compreensão recíproca, para a sua amizade, alguma coisa que será provavelmente decisiva na evolução da história e do relacionamento entre os homens»³.

Hoje, no entanto, a Mundovisão não desmente o optimismo de Kennedy, Khrouchtchev e De Gaulle, nomes que lideraram de facto boa parte da história política deste século XX e que em relação à pequena «caixa» não parecia terem divergências. Mas também ainda o não confirmou plenamente.

O que a TV nunca deixou de ser foi, realmente, um «objecto de primeira necessidade», mesmo quando apenas estabelece uma relação fática e de contemplação com a audiência. E a verdade é que cada vez mais o será, sobretudo agora que vem aí a interactividade e com ela, verdadeiramente, a «devolução» das audiências à mundovisão.

Estamos agora a chegar ao fim de um ciclo civilizacional e também de um novo milénio. O século passado ficava sobretudo marcado pelo paradigma da produção, mas, neste século, em boa parte devido ao «efeito» televisão, o paradigma mudou para o campo da comunicação. E à beira do novo milénio, para já, não se vê outro paradigma no horizonte senão o da informação e do conhecimento.

Os dados estão lançados. Mas que balanço fazer - de um ponto de vista sociológico, cultural -, da presença massificante da televisão no mundo moderno e nas nossas vidas, sobretudo na segunda metade do século XX?

A questão prende-se fundamentalmente com os novos mundos que a televisão deu ao mundo, com as janelas que abriu a quem as tinha fechadas, e com a mutação no plano da mentalidades e dos comportamentos, provocando uma espécie de «miscegenação» - por vezes uma aculturação -, a novos padrões de vida, novas formas de ser, de vestir, inclusive de falar, novos modos de entendimento daqueles que nos são diferentes, etc. Muito mudou, em suma. Mas não é absolutamente líquido que tenha sempre mudado para melhor.

O mundo ocidental e desenvolvido, que, no fundo, sempre utilizou a televisão de forma «massiva» e que hoje apresenta, na generalidade, uma taxa de penetração de televisores próxima dos 100 por cento entre a sua população, teve na televisão - nas grandes causas - e mais inconscientemente do que deliberadamente, um importante aliado. A televisão ficará para sempre ligada a grandes mutações sociais e políticas nesta segunda metade do século XX. O fim do apartheid na África do Sul veio com a televisão. A conquista pela população negra norte-americana do direito ao voto, nos EUA, fez-se com a televisão. A queda do muro de Berlim foi em boa parte obra da televisão. O fim da Guerra do Vietnam, idem. Etc., etc. Neste aspecto houve, sem dúvida, uma forte emancipação da opinião pública com a televisão.

O lado negro da televisão emerge, entre outras coisas, com a espectacularização do real, com a negação do acesso e dos particularismos, a aculturação por «empréstimo», o abuso da violência explícita e implícita, e ainda por um processo complexo ainda não suficientemente estabilizado e identificado, quer ao nível da informação, quer ao nível da ficção televisiva, em que a televisão desautoriza e desafia os fundamentos, os princípios, os valores, a tradição e a instituição, dando, por defeito, notoriedade e sobretudo uma falsa legitimidade ao prevaricador, quer se trate de um indivíduo, de uma ideia, de um acto. É essa televisão que é urgente mudar.

Talvez por isso, são personalidades que sempre conferiram à TV uma importância «civilizacional», que em determinado momento deixam escapar como que uma angústia, uma dúvida sobre eventuais efeitos perversos das teletecnologias. Arthur Clarke, o «criador» da Mundovisão, chegou a dizer que «a televisão era pior que a bomba»... O próprio McLuhan, para quem era evidente que a TV completaria a «retribalização» do homem moderno, propunha pequenas curas de televisão, convidando os mais adictos à

abstinência. Houve inclusive o caso do chanceler alemão Helmut Schmidt, que chegou a propor a suspensão das emissões de televisão um dia por semana. Idênticas reflexões teriam afinal de contas conduzido alguns países, como a Islândia e a Hungria, no princípio da década de 80, a terem o seu dia de descanso semanal da televisão. Longe estavam as opiniões radicais de um Jerry Mender, na obra *Four Arguments for the Elimination of Television*, que, como o título indica, perguntava-se se não se podia «exterminá-la»....

Curiosamente, também em Portugal surgiram algumas tentativas de suspensão temporária das emissões de televisão, «às horas das refeições», como então sugeria um responsável do Instituto Piaget no II Congresso sobre Aprendizagem e Desenvolvimento, em Junho de 1982, ou para «reestruturação», no tempo do ministro Correia Jesuíno, logo após Abril de 1974.

Os críticos mais virulentos, caso de Neil Postman, chegavam mesmo a afirmar que a televisão concorria para a destruição da «condição humana». E é conhecida também a opinião de um antigo director do Times, Gerald Long, que esgrimia sobre o pobre tubo catódico, considerando-o «portador de todos os males presentes e futuros da nossa sociedade» - e à televisão chamava-lhe uma «chaga da sociedade».

Passou-se entretanto mais de uma década sobre esta onda de pequenas e grandes fobias televisivas. Mas continua a poder citar-se vários catastrofistas do «elestrodomésticos» das imagens. De Giovanni Sartori a Bernard Pivot, de Chomsky a Mattelart, passando por Ignacio Ramonet e Pierre Bourdieu Hoje tudo estará diferente? Poder-se-á crer que as tecnologias, a informática, as telecomunicações estão de facto a fazer uma nova televisão?

É sobretudo a miragem da televisão «a pedido», ou mesmo de novos serviços, como inclusivamente a própria Internet, a chegarem-nos a casa, ao aparelho de televisão. A miragem da nova televisão acaba por seduzir inclusivamente aqueles que mais têm fugido dela. Um dos últimos resistentes, o filósofo francês Jacques Derrida, nas suas «ecografias da televisão», concede que há novos fascínios nestas teletecnologias do século XXI. De facto, se há uns anos atrás muitos se perguntavam se não se podia exterminá-la, hoje, curiosamente, muitos estarão desejosos dessa espécie de «milagre» da

multiplicação dos canais televisivos... A questão é saber se não voltamos a estar perante a repetição do mesmo modelo.

Outra questão «social» que envolve a televisão é a da privacidade e da intimidade. Já lá vai o tempo em que a Televisão entrava em nossas casas com uma aura especial, mítica e distante, espécie de dádiva dos deuses hertzianos.

Por exemplo, «ir» à (ou «ir ver») televisão era uma espécie de encontro de outro grau com esse verdadeiro deus «ex machina» da era electrónica. Daí que o ritual de ver televisão se confundisse, de início, com velhos ritos cerimoniais. Ver televisão era por isso mesmo um abandono, um estado de graça. E alguém que «fosse à televisão» ascendia imediatamente à dignidade do «civilizado» face aos «primitivos» não convertidos.

Essa fase de entrega absoluta ao mistério televisivo mudou. E mudou radicalmente. A televisão hoje é tratada por tu, e não passa de um quase electrodoméstico. A difícil intimidade a que ela se dava está portanto ultrapassada. Mas outras intimidades bem mais perigosas se começaram a estabelecer com ela.

A televisão dos anos 90 é, de facto, a televisão da convivialidade, da participação, das grandes audiências dentro e fora do écran. Já nada pode obstar a que uma boa história, mesmo que seja a de uma má vida, seja exposta à curiosidade de todos os olhares. Programas como Ponto de Encontro ou Casos de Polícia, ou os já saídos Perdoa-me, A Minha Vida Dava Um Filme, Amigos para Sempre, etc., são hoje correntes na televisão portuguesa, tal como lá fora se podem ver Quién sabe donde? (TVE), Bas les Masques (TV5), America's Most Wanted (Fox) ou Cristina (Galavisión). Os temas podem ir desde alguém que procura um familiar, ou que declara o seu amor a outrém, até casos limite como o incesto, o sexo e os obesos, os travestis, etc.

A televisão tornou-se algo demasiado familiar, mais «íntima» do que as pessoas com as quais se compartilha a vida de todos os dias, chegando ao ponto de se verificar, por hipótese, que se uma pessoa conhecida nunca havia revelado intimamente (ou no seu espaço privado) o seu verdadeiro segredo - por exemplo, ser travesti e não estar operado -, o poderá fazer em directo para uma audiência nacional. Pense-se, por exemplo, na entrevista de Diana Spencer à BBC.

A televisão é assim o novo e banal confessionário desta nova era da «telecracia» de que falava Echeverría ⁴. O que é da esfera íntima - os pequenos e grandes segredos pessoais, os amores e as paixões -, tornam-se coisas vulgares. Hoje, portanto, já nada é escandaloso. A televisão é o novo teatro do mundo, é o livro aberto de todos os sucessos, de todas as curiosidades. Espaço que se oferece a todos os sofrimentos, a televisão fá-lo, ainda assim, dentro do estatuto de espectáculo e da sedução das audiências, tornando essa esfera do íntimo o verdadeiro «show» do real. Os «reality-shows» expõem afinal, com demasiada crueza, o modo como as experiências privadas, íntimas, se estão a dar a conhecer ao mundo. Convenhamos que, por agora, na televisão portuguesa, o exibicionismo das intimidades ainda pratica a contenção dos excessos. A questão é saber até quando é que será assim.

Hoje, a grande moda da televisão da era da concorrência é a multiplicidade de programas de estúdio e de informação que exploram histórias pessoais, sentimentos, fobias, emoções e outras paixões, ou mesmo os dramas íntimos e a solidão do comum dos cidadãos. E a pergunta natural que cada um faz, nas suas casas, quando perante situações como, por exemplo, o homem nu que se passeia frente às câmaras na Av. da Liberdade, ou uma filha que se recusa a aceitar o amor da sua mãe, ou ainda perante o homem que come minhocas a troco de umas notas, é até que ponto estas histórias podem aparecer como «fait-divers» nas aberturas dos telejornais, ou em concursos televisivos, sem que, por um lado, os próprios não vejam nisso ou uma intromissão na sua privacidade, ou, noutros casos, o abuso da sua condição de homens e mulheres livres.

Tem havido sobretudo dois ou três modos de encarar este tipo de programas. Um, pura e simplesmente, que os denega e critica. É o ponto de vista da crítica mais epidérmica, que reage instintivamente contra, totalmente contra. Outro, é, claro, o ponto de vista do telespectador passivo, que acaba por fazer as grandes audiências desses programas. Outro ainda é a constatação de que esse problema existe, que é complexo, e que é necessário reflectir sobre ele, sobretudo como fenómeno que está imbricado numa evolução recente do real e do modo de conhecer esse real que não se desliga, de facto, da forma

5.

⁴ Javier Echeverría, *Telépolis*, Ediciones Destino, Barcelona, 1994.

como a realidade é dada a conhecer enquanto espectáculo, enquanto «fait-divers», enquanto «reality-show».

Ora, a questão, enquadrada deste último ponto de vista afigura-se sociologicamente complexa. A verdade é que o real surge na televisão como um real vulnerabilizado, exposto muitas das vezes a partir da experiência de cidadãos sem defesas, e não de um real contextualizado através do saber e do conhecimento e de uma ponderação rigorosa e experiencial dos factos.

Assim, verifica-se actualmente uma inversão perversa na partilha deste grande espaço público mediado pela televisão. O facto dos excluídos sociais ascenderem hoje à primeira página do jornalismo tablóide e da concursite televisiva, não significa que lhes esteja a ser dada uma voz até aqui não assumida. Significa, tão só, que foi criada uma forma de reparação dessa exclusão. E enquanto ela não é resolvida no plano da educação e na sociedade, a televisão vai criando as suas ilusões...

Esta televisão da intimidade revela-se assim como vínculo social, como o único vínculo social, sobrepondo-se a uma deserção do plano institucional. E como diz Dominique Mehl, contrariamente à tradição televisiva, essas emissões do «íntimo» e os seus actores, ultrapassam o papel de «testemunho» para se tornarem verdadeiros «actores sociais»: «elas transformam a televisão em 'empresa relacional' e tecem, no simbólico e na instantaneidade, vínculos sociais fundados sobre um protocolo compassional»⁵. O que não significa que o género não tenha tido os seus defensores. Para Pierre Chambat⁶, os reality shows representaram de alguma forma um momento de ruptura entre práticas consumistas e modelos de comunicação exteriores à crítica e ao estereótipo moralista, justificado ainda pelo facto de atravessarmos um tempo de forte relativismo.

Outra questão ainda é a do espectáculo da violência e do sexo. De que se fala, afinal, quando se fala de violência? Se me reportasse aos grandes debates que atravessam a sociedade norte-americana neste preciso momento, teria necessariamente que confrontar o leitor com argumentos e realidades opostas, o que compromete, de alguma maneira, as teses mais moralistas sobre o fenómeno da violência na televisão.

2.

⁶ Veja-se, por exemplo, Pierre Chambat, «De Rousseau aux reality-shows», *Esprit*, Janvier de 1993.

Passo a explicar: segundo a linha mais conservadora da sociedade americana, identificada com Newt Gingrich, presidente da Câmara dos Representantes do Congresso, é imperioso que as principais redes de televisão nacionais (referia-se ao caso norte-americano, embora o fenómeno seja praticamente global), passem a emitir, em período de horário nobre, séries televisivas dirigidas à família, como acontecia com *Cosby Show*, *Uma Casa na Pradaria*, *Happy Days*, etc. O facto é que, de acordo com Gingrich, essa programação está cada vez mais distante do pequeno ecrã, e «desintegrou-se, ao ponto de a antiga 'hora familiar' apresentar actualmente comédias e séries que estimulam a promiscuidade e a linguagem obscena».

Entretanto, um estudo realizado pelo Centro de Investigação dos Media, de Brent Bozell, reconhece que têm havido algumas evoluções positivas, mas, por exemplo, em cada 3,6 referências às relações sexuais fora do casamento, na programação norte-americana em geral, apenas uma é feita dentro do matrimónio. A questão é que há cerca de dois anos essa proporção era de oito para um...

Daí que apareçam por vezes comentários mais amargos sobre esta questão da violência e dos valores. Uma prestigiada historiadora norte-americana, Gertrude Himmelfarb, mulher desassombrada, considerava, nomeadamente, que na sociedade moderna americana já não existem referências morais nem valores. Himmelfarb, numa visão, um tanto ou quanto etnocentrista, encontra algo mais grave que a própria violência na TV: «O que se vê em qualquer 'sitcom' são jovens brilhantes e de sucesso que passam a vida a dormir uns com os outros, que se levantam de manhã a interrogar-se sobre em que cama é que acordaram. São eles que servem de referência aos nossos filhos, e isso é ainda pior que a violência».

Afinal de contas, apesar de se poder identificar esta tese com a chamada direita religiosa norte-americana, o facto é que, de um ponto de vista sociológico, se trata de uma tese operativa. A violência televisiva não está apenas nas cenas de violência, está, também, nos programas aparentemente mais inócuos, mas que contribuem, paulatinamente, para essa des-moralização acelerada de costumes e tradições ancestrais.

Era entretanto assinado, em Portugal, em Fevereiro de 1997, um protocolo de intenções entre os diferentes operadores de televisão e a Alta

Autoridade para a Comunicação Social, no qual as televisões se comprometem a respeitar algumas regras elementares face à questão da violência na TV, sobretudo nos horários em que as crianças mais disponibilidade têm para ver televisão. A presença de um círculo vermelho no canto superior direito do écran, é apenas um primeiro sinal do muito que ainda há por fazer...

Este acordo é, sem qualquer dúvida, importante, mas há que ser realista e perceber que não é assim tão facilmente que se resolvem questões tão complexas no campo dos meios audiovisuais e no quadro mais vasto da sua relação destes com a sociedade. E não, porque, fundamentalmente, é na leitura e na recepção do discurso dos media que, hoje, tudo se joga. Pode parecer uma banalidade invocar aqui a questão educativa, mas a verdade é que sem uma educação para os media nas escolas secundárias e sem a reorientação dos currícula escolares na perspectiva de uma Sociedade de Informação, pouco se adiantará.

Nesta questão específica estou em total sintonia com Len Masterman, professor de Educação Audiovisual e assessor do Conselho da Europa e da Unesco, que considera ser vital para a democracia que as mensagens dos media possam ser «descodificadas» pelo espírito crítico do cidadão. Essa é a melhor arma contra qualquer «violência» mediática. De facto, a criança que não foi educada sobre os meios de comunicação fala deles como se fossem uma realidade inquebrantável, enquanto aqueles que tiveram uma formação específica sobre os media consideram-nos como um sistema que produz as suas próprias realidades, gerando por vezes híbridos onde real e ficção se cruzam indistintamente.

Depois, há a considerar a evolução de estruturas narrativas lineares para estruturas descontínuas e para o zapping, o que altera radicalmente o tradicional processo lógico de aprendizagem e de percepção das mensagens mediáticas. É uma outra violência e uma outra linguagem que emerge, paradoxalmente assente sobre o analfabetismo que suportava a originária. Daí que um outro círculo vermelho - sinal de proibição - nos surja quando se pensam estas questões. No fundo, é um alerta, como no tradicional «Páre, Escute e Olhe», mas agora aplicado ao campo dos media e, em particular, à televisão.

Nestes fragmentos do dispositivo logotécnico da televisão, importa ainda pensar a questão da televisão vs. poder. De uma forma geral, a televisão sempre se deu bem com o poder e com as políticas «maioritárias». Nalgumas vezes, de tão bem se darem, e de tanto confiarem um (a política) na outra (a televisão), sucedia o pior, qualquer coisa parecida com um adultério catódico, ou seja, a televisão fugiu com o «outro», deixando o velho amor cercado de perplexidades e angústias.

Que o diga Mitterrand, que o diga Soares, que o diga Major... O facto de cada um deles, como tantos outros, terem tido, num ou noutro momento, um qualquer romance mais íntimo e perverso com a sua televisão pública, não chegou para a manter fiel, nem tão pouco para manter, sequer, as aparências. À primeira, é certo, a velha amante foge com o outro. Até Marcelo Caetano disse se queixaria - e todos sabemos como esse concubinato foi severamente traçado.

É claro que as circunstâncias mudam muito, mudam consoante a paixão, consoante as relações entre «cônjuges» - salvo seja - e «amantes», entre estes e a sua audiência, entre esta e o amante carismático, entre este e a coluna social ou os opinion makers, etc., etc. Mas o princípio mantém-se.

Uma paixão demasiado exacerbada entre política e televisão pode ser fatídica para a política. Por outro lado, o mais puro alheamento é-lhe também fatal. Como em tudo na vida, no meio estará a virtude. O meio, neste caso, é - não tanto naturalmente -, a própria televisão. E não será à sua revelia ou no exterior do seu império de sentidos que nascerá uma nova política. Em muitos dos casos será (foi) ela, soberana, a ditar a nova lei. Terrível, como calculam.

Daí que muitos analistas, mais ou menos eméritos, condescendam em reconhecer-lhe essa medonha virtualidade de deter um «primeiro poder» sob o qual soçobriariam todos os líderes, dos de maior aos de menor notoriedade. Todos. Não estaríamos, pois, perante um «meio de comunicação social» enquadrado pela figura retórica de um «quarto poder», mas perante, verdadeiramente, «o poder». O onisciente e onnipresente poder. Durante muito tempo se pensou assim, mas a verdade é que a progressiva aproximação da lucarna electrónica do fim da sua proto-história, cedo a reconfigurou nessa sua atitude despótica, e os grandes sociólogos logo aí viram a emergência do objecto mais democrático das sociedades democráticas.

Num livro de um autor francês, Jean Duchateau, sobre a então recém privatizada TF1 - actualmente o canal de maior audiência em França -, contava-se uma curiosa história, a propósito das relações da televisão com o espectáculo e a informação. Contava Duchateau que o realizador francês Serge Moati havia proposto à TF1 um projecto que se chamava «O Ringue», que não era nada mais do que o lugar onde dois homens políticos se deveriam afrontar perante as câmaras, em directo, precisamente no ringue de boxe do Elysée-Montmartre.

No dispositivo imaginado por Serge Moati, haveria um juiz-árbitro, que colocaria as questões sobre a actualidade política, após o que seriam iniciadas as hostilidades entre os dois líderes, soando um estridente «gong» findos os primeiros três minutos de «debate». Entre cada «round» passaria a publicidade, e cada «assalto» corresponderia, de certo modo, à discussão de cada um dos temas quentes de actualidade - fosse o desemprego, o estado da economia, ou a segurança dos cidadãos. Ao fim de quinze «rounds» o juiz proclamaria o vencedor deste estranho «combate».

Esta ideia, de um realizador com pergaminhos no audiovisual europeu, deixa-nos absolutamente esmagados. Já não bastava a descrença do grande público em muitos dos desempenhos hipermediáticos que nos tentam fazer crer, com os argumentos mais convincentes, de uma coisa e da sua contrária (vidé as recentes campanhas para o referendo sobre a questão da despenalização do aborto), era preciso agora colocar a política no ringue de boxe...

É claro que muitas das vezes a causa das coisas é justamente aquilo que menos conta: uma barba mal escanhada por parte de Nixon teria dado tudo a perder nos famosos debates Nixon-Kennedy, de 1960. É a famosa questão de ser a forma a devorar o fundo: esquecemo-nos, em muitos casos, daquilo que foi dito em benefício da maneira como foi dito... Mas, justamente, nestes casos, pequenos gestos, ligeiras hesitações, podem denunciar aquilo que alguém definiu numa expressão exemplar: em televisão, quando a boca diz sim, os olhos dizem talvez... Inclusive pequenas alterações de tipo técnico podem condicionar enormemente uma prestação. Por exemplo, a questão do enquadramento. Pode-se melhorar - ou destruir - a imagem de alguém que fala em televisão utilizando essencialmente meios ópticos.

Para dar uma boa imagem é necessário filmar à altura dos olhos, sem movimento de câmara, em grande plano ou plano geral. Com base num estudo feito em 1976 sobre as campanhas de Helmut Schmidt e Helmut Kohl, na Alemanha, o facto de terem sido contabilizados 92% dos planos do candidato social-democrata «à altura dos olhos», foi suficiente para que os jornalistas tivessem sido acusados de favorecimento daquele candidato. A televisão é de facto, também, uma complexa arena política, mas promovê-la ao nível do «ringue» de boxe, é, criar, talvez, a exacta metáfora que o dispositivo logotécnico da televisão comercial já integra.

E aí está agora a chamada neo-televisão, também conhecida pela televisão da era quase milagrosa da multiplicação dos canais, conhecida ainda pela televisão da era pós-modelo pedagógico, isto é, pela televisão que já não criaria o vínculo social e os grandes consensos, mas pela televisão dos particularismos, dos nichos, das minorias e de todos os fragmentos. Mas a neo-televisão será a remake da proto-televisão, apenas lhe recicla e multiplica o modelo. Esta simples operação histórica é, aparentemente, trágica para a velha política. Qualquer pequena manipulação do modelo não será fácil remediar para os artífices de todas as montagens e os produtores de acontecimentos.

A política recicla-se então pelo lado da imagem e da notoriedade. E se no passado a gestão televisiva da política se fazia num registo de teatralidade e de marketing político depurado, a tendência agora é para a exteriorização convival do protagonismo e da performance. E para isso nada melhor, por exemplo, do que um Canal Parlamentar. Os telhados de vidro sempre existiram na política. Mas agora teremos certamente que nos felicitar pelo facto desses mesmos telhados aguentarem com umas câmaras de televisão em cima. Valha a verdade dizer que nesta transparência se joga também uma nova política. E, enfim, que esta se democratize também nessa sempre violenta relação entre o jornalista e o político «intra muros» e extra-regulamento ou protocolos. Espera-se, por isso, do Canal Parlamento não um tratado de protocolos político-televisivos, mas uma canal verdadeiramente aberto e livre, onde o jornalista possa ser, de facto, uma voz pública em constante diálogo e debate com os representantes do povo. Um novo canal, para uma outra política, para um novo país. Pode parecer ficção. Mas pode não ser.

Finalmente, o campo da recepção e a questão da qualidade vs. audiências. É um facto que há mais do que uma audiência. Dir-se-ia que há tantas audiências quantos os pontos de vista, estudos e as metodologias. E que se trata de um conceito fortemente relacional, imbricado nas relações entre as características mais marcantes das emissões e dos programas e os valores de quem produz e de quem vê. Giuseppe Richeri definiu-o inclusivamente como uma relação entre as características intrínsecas e os valores de regem a nossa sociedade ⁷. Mas há um modelo de análise que seria interessante ver começar a ser aplicado também em relação à televisão. Poderia ter resultados surpreendentes. Refiro-me ao «estudo da recepção», ou à teoria da recepção.

No fundo, trata-se de reorientar os estudos clássicos, aplicados à leitura ao estudo sociológico da recepção de emissões de TV e procurar a «produção de sentido» destas. Num quadro sociológico dir-se-ia que se tratava, no fundo, de estudar o impacto dos programas num público que não é já um simples consumidor do discurso 'dominante' mas participa na construção do sentido.

No fundo, esta perspectiva 'ideológica' da televisão tem os seus limites óbvios. Para poder segmentar a análise e reorientar os estudos da teoria da recepção aplicada à audiência de televisão, conviria, desde logo, provocar a análise microsociológica no plano das práticas de ver televisão e da competência do telespectador em integrar uma 'estética da recepção'. Num segundo momento, ver como a recepção organiza o texto e lhe dá uma ordem observável e descritível. Finalmente, pensar a recepção como «apropriação», isto é, ver como o ficcional se rebate no real do espectador.

Curiosamente, um dos parâmetros que melhor define a relação da audiência com o 'media' é a temporalidade, o que significa que a teoria da recepção não se esgota no audímetro, instrumento que, paradoxalmente, não foi destinado a medir a experiência da audiência, isto é, não mede o que ela retém mas antes o que a retém. Nem a experiência temporal, nem tão pouco a experiência social e as suas mediações. Finalmente, a dimensão prática, a aplicabilidade da emissão e as micropáticas daí resultantes, no plano das identidades, mentalidades, comportamentos, etc. Falar de audiência é falar de tudo isso, pelo que, em geral, do que falam os audímetros é de audimetria. E do triunfo da «parte de mercado», essa tirania da audiência, esse «terror da

sondagem», escalpelizada a partir de dentro por quem progressivamente foi assistindo ao seu triunfo ⁸.

Alguns dos parâmetros pelos quais se devem reger as rádios e as televisões públicas europeias determinam de alguma forma a reflexão a fazer em torno da interacção audiência/qualidade.

À luz do Conselho da Europa e do Parlamento Europeu as TV's e rádios públicas dos Estados europeus têm principalmente por missão:

- ser uma referência para o público e um factor de coesão social e de integração de todos os indivíduos, grupos e comunidades.
- fornecer um fórum de discussão onde um leque tão variado de opiniões e de pontos de vista possa exprimir-se.
- difundir informações e comentários imparciais e independentes e ser uma referência no sector da informação.
- desenvolver uma programação pluralista, inovadora e diversificada correspondendo a normas éticas e a alta qualidade e não sacrificar esse objectivo qualitativo às forças de mercado.
- desenvolver e estruturar as grelhas de programas para um largo público sem descuidar os pedidos de grupos minoritários
- contribuir de forma activa, graças à programação, para um melhor conhecimento e apreciação da diversidade do património cultural nacional e europeu.
- alargar a escolha de que dispõem os telespectadores e os ouvintes, oferecendo igualmente programas que não constam das propostas das empresas privadas de radiodifusão.

Olhando para este conjunto restrito de exigências dos serviços públicos de radiodifusão e de radiotelevisão percebe-se claramente que neste caso muito particular do que se trata é de atender e respeitar «normas éticas e a alta qualidade e não sacrificar esse objectivo qualitativo às forças de mercado» ⁹.

5.

⁸ Bernard Pivot, *Remontrance à la ménagère de moins de cinquante ans*, Paris, Plon, 1998.

⁹ Relatório do grupo de trabalho sobre Audiência e Qualidade, in «Fórum Para a Comunicação Social», Alta Autoridade para a Comunicação Social, Julho de 1998 (policopiado).

De qualquer forma, se aos operadores públicos se exige um compromisso inequívoco relativamente à qualidade dos seus conteúdos, aos operadores privados algo se lhes deve exigir em termos de cadernos de encargos, nomeadamente no plano cultural.

Veja-se, por exemplo, as obrigações das redes privadas francesas, impostas quer nas autorizações iniciais de 1987, quer na convenção referente às novas autorizações da TF1 e da M6, em vigor desde 1 de Janeiro de 1997. Apenas as obrigações da TF1: Difundir pelos menos doze espectáculos dramáticos, líricos ou coreográficos por ano; dez horas de concertos dados por orquestras francesas, nacionais ou regionais; um mínimo anual de 50 horas de magazines e documentários consagrados ao público jovem; assegurar uma promoção pluralista e diversificada de obras cinematográficas saídas em salas; permitir o acesso à descoberta e à compreensão do mundo contemporâneo, abordando assuntos económicos, sociais e científicos.

Importa de qualquer modo levar em linha de conta que se podem configurar três concepções de audiência: uma normativa, cujo objectivo é dar conformidade a uma norma cultural; uma outra funcionalista, que pretende modificar as atitudes e os comportamentos do público; e finalmente uma outra subjectivista, que tem predominado historicamente, e que tem por objectivo responder às necessidades imediatas do público na perspectiva da venda de espaço comercial.

Dizia Manuel Maria Carrilho (Expresso 5/4/97) que «o que se avalia quando se medem as audiências não é o que as pessoas querem, mas a reacção àquilo que lhes é dado». A premissa é de facto todo um programa, e se pode ser liminarmente recusada pelos operadores comerciais, o mesmo não será verdade em relação ao operador público. O que sucede é que também o operador público, à revelia das suas atribuições e competências, faz por esquecer essa aparentemente simples constatação.

Poder-se-iam aqui aduzir argumentos convergentes. Por exemplo, os de Peter Meneer ¹⁰, que dirigiu o sector de pesquisa da BBC desde 1979 a 1992. Meneer tinha como primeiro axioma, o seguinte: «Maximizar a parte de audiência é um bom objectivo de gestão para a televisão comercial mas não para o serviço público».

Para Peter Menneer havia de facto uma incompatibilidade intrínseca entre a opção «parte de audiência» e a opção «diversidade». Desse ponto de vista, a qualidade de um serviço público de televisão deve sempre ser ponderada designadamente em função da complementaridade face aos difusores privados, em função da variedade da oferta e da promoção da cultura local e em função também da sensibilidade do público inquirida no exterior da própria lógica de medição audiências.

É claro que em termos estritos de qualidade algo mais deve ser exigido à televisão pública e algo mais deve ser conhecido do «ser» público. Nesse sentido não seria errado começar por complementar os índices de audiência com estudos qualitativos, por exemplo, recolhendo indicadores que aprofundem e ponderem a apreciação dos telespectadores sobre programas concretos. Mais do que saber quantos telespectadores viram um programa importará saber a razão por que o viram, a reacção ao que viram, e sobretudo a disponibilidade para o mundo de coisas que não viram... E importará ter consciência, primeiro que tudo, que a recusa das estratégias de «nivelamento por baixo» são uma decisão política - dir-se-ia de formação para a cidadania - e não uma decisão «audimétrica» ou de estratégia de programação.

Mais concretamente em relação ao conceito técnico, muito se tem falado da questão da credibilidade dos estudos de audiências e da fiabilidade e representatividade do seu sistema ao nível da selecção da amostra, do *software*, da rotatividade do painel, etc.

Não há dúvida nenhuma que se trata de questões de grande importância, cujo objectivo último é, em rigor, conduzir o sistema de avaliação das escolhas diárias da audiência nacional ao plano da cientificidade e à máxima objectividade possível nestes domínios nada pacíficos.

De qualquer das formas há três questões de princípio que não devem ser iludidas. Por um lado, o sistema de audimetria que está implantado em Portugal desde Julho de 1990 é em tudo idêntico aos sistemas há muito adoptados nos grandes mercados de televisão - dos Estados Unidos ao Japão, passando naturalmente pela Europa, o que à partida confere a garantia de se tratar de uma metodologia consensualizada em termos de mercado.

O que não impediu que surgissem entretanto problemas que alegadamente tinham a haver com a selecção da amostra, com a

provavelmente demasiado lenta rotatividade do painel e ainda com a inexistência de testes coincidentais, de aferição, ausência de auditorias regulares sobre o sistema, etc...

Alguns passos importantes foram pensados no sentido de otimizar o sistema. Auditorias externas com o apoio do Instituto Nacional de Estatística, intervenção de uma entidade auditora independente, etc.

Não se pense entretanto que através da correcção do sistema de audimetria acaba a guerra de audiências e ascendemos à dignidade da cidadania catódica... Essa é uma outra questão e tem sobretudo a ver com a dicotomia público/privado, isto é, a autonomização progressiva da televisão pública da guerra de audiências, aferindo a sua programação por estritos critérios de qualidade. Nessa medida, e em termos genéricos, isto é, na luta pela repartição do investimento publicitário, audiência e qualidade serão conceitos antagónicos. Numa estrita lógica de serviço público, e dentro de determinados parâmetros, audiência e qualidade podem ser conceitos convergentes. Tudo depende do «caderno de encargos» que se aplique ao operador público.

Mas a questão é também saber se é apenas às televisões de Estado que compete programar conteúdos que promovam o acesso ao saber e à cultura.

E a resposta é: não. De facto, vários exemplos existem de obrigatoriedade de as televisões privadas também o fazerem. É o caso da França. Se, por exemplo, em canais como a Cinquième ou o Arte, a cultura teve, em 1996, 37,5 e 57 por cento, respectivamente, do tempo total de emissão, nos canais privados TF1 e M6 a programação cultural apenas representou 10 e 3,7 por cento do total emitido. No entanto, estes canais estão obrigados ao cumprimento de um caderno de encargos nessa matéria, desde 1987, altura em que obtiveram as respectivas concessões, aliás novamente aplicados na convenção referente às novas autorizações em vigor, portanto, desde 1 de Janeiro de 1997.

Em termos de televisão pública, os diferentes países, designadamente na Europa, procedem, regularmente, a uma reavaliação dos seus serviços públicos de radiotelevisão. Nos anos 90 isso tem sido prática corrente um pouco por todo o lado, tendo-se chegado, nalguns casos, à realização de

estudos que ultrapassam a mera análise de dados quantitativos, fornecidos habitualmente pelas empresas de medição de audiências, para se centrarem sobretudo nos aspectos qualitativos. Isto porque há disparidades por vezes gritantes. Por exemplo, sobre os géneros televisivos preferidos da audiência será curioso referir aqui dados de há cerca de quatro anos atrás obtidos através de um inquérito à população da Grande Lisboa, no âmbito de um estudo do Instituto de Ciências Sociais, dirigido por José Machado Pais. Nesse inquérito, alargado a mais de mil entrevistados, a informação era claramente o género preferido, com 74,8 por cento das respostas, seguida das telenovelas (41,5 por cento) e logo depois os filmes (38,9 por cento).

Outros indicadores não menos interessantes do mesmo inquérito - aliás, substancialmente diferentes dos resultados da audimetria -, eram os seguintes: os programas desportivos eram vistos por 56,5 por cento de homens e 6,1 por cento de mulheres, enquanto as telenovelas eram seguidas por 17,8 por cento de homens e 59,5 por cento de mulheres. De salientar que na Grande Lisboa, 85 por cento da população ligava frequentemente o televisor sem saber o que ia ver, ao contrário de apenas 5,6 por cento dos telespectadores. Dados que fazem «gelar» a audimetria e que mostram a inevitabilidade de estudos qualitativos regulares.

O que podem ser então os estudos qualitativos em televisão? Desde logo, possuir os dados sobre o agrado do público, quer em relação às grelhas de programação, quer em relação aos géneros televisivos e à filosofia do canal, independentemente da grelha que possa estar no ar, procurando definir os modelos de programação que encontrem o equilíbrio entre o agrado dos telespectadores - sem conceder ao «comercial» e à guerra de audiências - e a responsabilidade de fornecer um serviço público. Aqui, há sobretudo que ter em conta que o telespectador estatístico é muito diferente do telespectador reflexivo, do cidadão.

Mas essa compatibilização atrás referida é, digamos assim, o centro de todas as polémicas, uma vez que pode balançar entre uma programação de tipo mais comercial e uma opção voltada sobretudo para a divulgação, a cultura e a educação. Certos de que esta é uma questão de complexa resolução, a quase totalidade dos países europeus ainda mantém hoje serviços públicos de televisão com diferentes canais de diversos perfis.

Para além de uma boa resposta às expectativas do público e do cumprimento dos critérios de qualidade, a dimensão qualitativa de um radiodifusor público deve também passar pela flexibilidade de estruturas, productividade, eficácia e controlo de custos, etc. A procura da qualidade, no entanto, é actualmente uma questão incontornável. Poder-se-ia referir várias categorias para uma definição de qualidade de programação em televisão: interesse do assunto, interpretação dos acontecimentos do mundo (se o programa permite compreender o mundo em que vivemos), cultura viva (se permite actualizar conhecimentos), cultura tradicional (emissão enriquecedora), valor distrativo, acessibilidade (uma emissão acessível a todos), originalidade do assunto, originalidade da forma, qualidade da realização. Para além de uma análise científica destes vectores, a participação nestes estudos de grupos e associações emanados da sociedade civil, de painéis de telespectadores, auscultados através de dinâmicas de grupo, pode constituir de facto um outro modo de abordagem da questão da audiência fazendo evoluir o conceito do seu significado estrito de mercado, para um significado qualitativamente diferente, na perspectiva da redefinição do serviço público de televisão em Portugal e na Europa de uma forma geral.

Daí, de facto, que a qualidade de um serviço público de televisão deve sempre ser ponderada designadamente em função da complementaridade face aos difusores privados, em função da variedade da oferta e da promoção da cultura local e em função também da sensibilidade do público inquirida no exterior da própria lógica de medição audiências.