

Portugal Hoje

DIÁRIO DE GRANDE INFORMAÇÃO

Director João Gomes

Preço 12\$50

2.ª Edição

Ano II / Número 432 Sábado, 27 de Dezembro de 1980



Nesta edição «Som 80»

Balsemão e ainda uma esperança

BALANÇO NEGRO DA RTP

Apesar da «cor» ter arrancado em 7 de Março, o balanço 80 da RTP é negro, negro, negro, como nos diz na página 20 Rui Cádima, nosso crítico de Televisão. A saída de João Soares Louro, da Presidência do Conselho de Administração da RTP, em finais de Janeiro passado, marcou o início de um negro ano televisivo, em que, sob a batuta, primeiro de Cunha Rego e, depois, de Freença de Carvalho, se asfixiou a produção nacional e se transformou a Televisão no aparelho de propaganda da AD. Resta saber o que virá, e Pinto Balsemão, primeiro-ministro-jornalista, é «uma réstea de esperança» de melhores dias para a RTP.



Primeiro-ministro polémico

Irlanda do Norte

Amnistia
crítica

Governo
inolês

Balanço do ano televisivo (I)

É negra a cor que a RTP nos oferece

Rui Córdima

Não é preciso estar a dizê-lo, vocês já o sabem: não há melhor balanço do que aquele feito dia-a-dia, pausadamente, aqui mesmo ao lado, nas «Telecríticas». Este terá que ser necessariamente um complemento sintético; não o substitui. Antes remete para esse trabalho persistente, mas com o seu lado fascinante também, que é fazer crítica de Televisão.

Apesar de a «cor» ter arrancado a 7 de Março, é negra a cor que «arrancamos» no final deste balanço... Vamos ver.

A gestão

Neste ano televisivo passaram pela RTP nada mais nada menos que três presidentes de Conselho de Administração. João Soares Louro saiu nos finais de Janeiro. Foi ele quem durante mais tempo esteve à frente da RTP no p'os-25 de Abril. Com a sua saída, a RTP ficou como que abandonada aos «abutres» e o telespectador à sorte dos comissários políticos mais sorumbáticos da terra — foi essa pelo menos a imagem que se ia construindo do lado de cá do pequeno ecran.

Vitor da Cunha Rego sucede a Soares Louro nos finais de Fevereiro.

A grande batalha por si anunciada ainda antes de tomar posse não foi, obviamente, como afirmou, uma batalha «financeira». Ela foi acima de tudo política e informativa. Apesar de todas as acrobacias tentadas para encobrir o que estava a vis-

ta de todos — que, para si, a Televisão tinha passado a ser o primeiro aparelho ideológico do Estado — a verdade é que Cunha Rego lutou denodadamente por isso, sem o ter denunciado, tão pouco sem o ter conseguido. Proença de Carvalho, possível «delfim» para o cargo, tão pouco o conseguiu também, apesar de vir animado do mesmo movimento de «retroacção».

Caminhava-se com Cunha Rego (a Televisão era considerada nessa altura, ironicamente, como o «Hospital do Rego») a passos largos para a concretização imediata de algo que já havia sido denunciado por Soares Louro: para a inexistência de novas produções nacionais em qualidade e quantidade suficientes, ou seja, para uma política «entalada» e «enlata-da» — para uma política entre o programa de estúdio da Informação e o filmezito importado. Isto era de facto a concretização nítida de todo um processo que tinha por objectivo final afastar os produtores «esquerdistas» da RTP, e, só depois, aproximarse da tal «batalha» que não era mais do que um subterfúgio para ocultar de facto todo esse processo tenebroso de rentabilização política de um projecto



Com Cunha Rego caminhava-se para uma política entalada e enlata-da

conservador para a sociedade portuguesa. A demissão de Cunha Rego, provocada essencialmente pelo seu «recrutamento» para o corpo de apolantes do dito «ex-torcionário» candidato à Presidência da República, foi uma clara prova disso.

Proença de Carvalho, que lhe sucederia, não conseguiu fazer melhor. Apesar de se ter empenhado em voltar tudo de pernas para o ar, de ter interrompido inclusive durante um mês a «Informação/2» (não se sabe com que objectivos) e de ter posto à frente da Televisão o espectro da incompetência da direita nacional, não o conseguiu. Fracassou como «delfim». A sua derrota seria total com a vitória da candidatura democrática de Ramalho Eanes.

Aguardamos agora o Governo de Francisco Pinto Balsemão. Temos uma réstea de esperança. Soubemos inclusive que João Soares Louro foi já consultado — o que não quer dizer que venha ele a ser de novo um «apaziguador» de ânimos... Mas Pinto Balsemão, que soube construir de facto um projecto tão irreverente como o tem sido o «Expresso», não irá por certo iniciar o ano de 1981 colocando na Administração da RTP uma espécie de comendador camilano vindo lá do lado



Carlos Cruz era o tímido mandatário da política de austeridade

de Caçarelhos. Por cá morrem os «anjos» — dito e sabido!

Direcção de Programas

Desde 16 de Outubro de 1978 que Fernando Lopes estava à frente desse projecto autónomo e avançado que foi a RTP/2. Quem acompanhou de perto esse projecto que sobreviveu às reprovações de todos que têm medo do «novo», um projecto ao nível do melhor que se pode fazer em Televisão (com os meios da nossa RTP), viu com certeza que tudo o que se lhe seguiu posteriormente não tinha já nada a ver com o que tinha sido feito. Nada de nada. Não havia a menor semelhança. Gerdard por lá ficou a barafustar até Julho, salvo erro, mas isso não foi mais senão o pauzinho que metido na engrenagem... Lopes foi colocado na «prateleira» sem apelo nem agravo. E as declarações, prestadas na altura por si, referem-se já a pressões políticas a exercer pelos «novos mandarins» e ao futuro (certo) esvaziamento da RTP/2.

Palavras premonitórias foram de facto as proferidas tanto por Soares Louro como por Fernando Lopes. Não era difícil de qualquer modo prevê-lo. Isto mesmo apesar de, tal como também, foi sublinhado, o seu sucessor chamar-se Carlos Cruz. Esse esvaziamento iria ter

mesmo lugar, contra ele e contra todos.

Da continuidade dessa política avançada seguida pelo gabinete de Fernando Lopes iríamos ainda tendo alguns exemplos durante os meses que se seguiram à sua queda, exemplos de séries que na sua grande maioria estavam já previstas. Estão nesse caso, por exemplo, as «Cenas da Vida Conjugal» de Ingmar Bergman. Para trás ficavam séries portuguesas e estrangeiras, como «Manhã Submersa», «O Príncipe com Orelhas de Burro», «Amor de Perdição», «Zé Gato» (que continuaria mais tarde), «A Era da Incerteza», (de Kenneth Galbraith) e outras. Pelo caminho iriam ficar ainda séries de vanguarda como «France Tour Deux Enfants», e também os portugueses «Sheiks com Cobertura», «Tal e Qual», etc. A Televisão, ao recusar um método de trabalho, uma política cultural e informativa que foi reconhecida internacionalmente como de grande qualidades estava a abrir a sua própria cova. Nela iriam cair os obreiros da «nova-velha» política.

Carlos Cruz seria depois o artefacto, o tímido mandatário da política dita de «austeridade» de Cunha Rego. «Redução das despesas» e «evitar o colapso financeiro» eram os slogans da altura, em qualquer que fosse a circunstância.

Primeiro objectivo a atingir: destruir a produção nacional. Vê-se hoje que infelizmente esse foi talvez o único objectivo atingido. Destruíu-se pura e simplesmente o melhor que tínhamos. Sem que, sequer, dessa destruição macabra se tenha tirado o partido imediato: a «redução das despesas»...

Não nos interessa o que na altura era afirmado: que a produção nacional era de cerca de 45 por cento na totalidade da programação. Essa é já a habitual especulação, a habitual manipulação dos números que não demonstra absolutamente nada.



O que interessa sobretudo «ve quantos e quais os programas encomendados à produção interna, pelas Direcções de Programas desde Janeiro deste ano até finais de Dezembro. E se formos nós a dar a resposta, somos forçados a reconhecer que, na verdade, que nenhuns programas novos (portugueses) estão a sair!

Entretanto, em Agosto, Carlos Cruz demitir-se-ia, tendo Proença de Carvalho optado por Maria Elisa para a sua substituição. Nomeação tanto mais surpreendente quanto a conhecida jornalista acabava de deixar de ser assessora de Imprensa da primeira-ministra Maria Lurdes Pintasilgo — política antipática do novo presidente da C.A. da RTP. Nomeadamente o P.S., interpretou a forma extremamente negativa dessa nomeação, o que, na altura, julgamos de facto não ser correcto, uma vez que as pessoas devem ter sempre total liberdade para negociar, mesmo em situações de divergência política.

Sobre o trabalho desenvolvido por Maria Elisa parece-nos ainda cedo para falar, embora desde já possamos acrescentar que se o que foi feito é o que do domínio público, então somos levados a concluir que muito pouco foi feito — isto não arredondamos a coisa afirmarmos mesmo que não foi feito — ou, se quiserem Maria Elisa limitou-se a ser um espécie de «caixeiro-viajante» da RTP, tentando comprar a ratão para depois impingir (ali da que fossem séries estrangeiras de qualidade) ao incauto telespectador, programação que se «a martelo».

O facto de só quase o «T Show» ter sido uma grande «criação» sua (má hora em que Maria Elisa fez a escolha) demonstra, por assim dizer, o que está feito — e mal feito! Melhores tempos virão.

Balanço do ano televisivo (II)

O esvaziamento ostensivo da «Informação/2»

O princípio do ano foi caracterizado pelo esvaziamento ostensivo da «Informação/2» criada por Fernando Lopes. Com a saída do conhecido cineasta da direcção da RTP/2, Joaquim Letria, então a substituir Hernâni Santos, pede a demissão. Os objectivos de Cunha Rego pareciam assim estar a ser assegurados. A nomeação de Fialho de Oliveira para director da Informação veio clarificar a situação. Mais tarde, quando Letria, Júdice, Mega Ferreira e Maria Elisa são colocados na prateleira da «Grande Reportagem» teríamos a confirmação absoluta de que a política de Cunha Rego estava a ser levada, infelizmente, a bom termo, isto é, a mau termo.

Evidentemente que o controlo sobre a Informação aberta que se praticava na RTP/2 no tempo de Hernâni Santos e Joaquim Letria passou a ser cada vez mais apertado, até ser «estrangulador». Saídos os responsáveis máximos por esse trabalho restava agora à administração da confiança da AD injectar novos velhos jornalistas da sua confiança nas redacções. É Carlos Pinto Coelho o escolhido para a «2» e a partir daí muito se irá complicar. Desde questões relacionadas com entrevistas de políticos «em direito», até problemas de «agenda» com implicação directa na não transmissão de trabalhos (lembrem-se do caso surgido com a entrevista a Maria de Lurdes Pintasilgo não transmitida no primeiro canal?). Estava assim a verificar-se, sem qualquer margem para dúvidas, o que Cunha Rego defendia — a Televisão como aparelho ideológico do poder político, a Televisão inacessível sempre que possível a todos os adversários políticos, mas sobretudo aos mais temíveis. Evidente será dizer que trabalhos de grande qualidade na história da Televisão portuguesa, tais como «Anos 70 — Imagens de Uma Década», nunca mais seriam repetidos, nem sequer animaram a continuação de projectos idênticos.

Com a entrada dos novos chefes, de imediato se verificaram incorrecções éticas nos trabalhos transmitidos sobre a actividade do Presidente da República. Não sem razão, obviamente, Ramalho Eanes na noite de 8 de Dezembro, na Gulbenkian, fez referência a esse processo «macarthista saloio» que então grassou pela RTP (e tem continuado até hoje) como diria Menezes Alves, processo que alastrou mesmo a partir dessa altura e que teve sem dúvida como objectivo principal a sonegação de Ramalho Eanes em relação ao novo D. Sebastião, saído das trevas mais negras, o candidato «Soares Sarneiro».

No primeiro canal o panorama era de igual modo sombrio, mas para pior. Por ali não tinha sido possível ver uma mão que fosse a solicitar o S.O.S. ao naufrágio total. O Telegiornal (dissemos-lo aqui várias vezes) foi a vergonha das vergonhas. Honra seja feita a alguns poucos trabalhos de Pedro de Oliveira, Cesário Braga e poucos mais. Nota zero para a sinistra «chefia» que teima em ridicularizar a informação televisiva em Portugal.

Todo o complexo processo de «caça às bruxas» e de manipulação aberrante da Informação teve opositores claros em todos os sectores da vida política nacional. O próprio «Expresso», em Maio, publicava em Editorial o texto «Informação e Censura», onde perguntava: «Foram critérios políticos que enquadraram a recente vaga de substituições, afastamento e condicionamento da actividade jornalística nos meios de comunicação estatizados, nomeada-

mente na RDP e RTP?»

Em Junho o PS interpela o Governo. Extenso requerimento de arbitrariedades cometidas foi assinalado nessa interpegação. Nessa altura foi Pinto Balsemão quem defendeu o Governo na Assembleia da República, transferindo as respostas para críticas directas a anteriores governos socialistas, tendo considerado a interpegação como uma manobra de diversão. Hoje pode ver-se muito claramente que Pinto Balsemão não fazia mais senão, como se diz, «fugir com o rabo à seringa»...

Ainda no campo da manipulação informativa, e em virtude dela, é pedido um primeiro inquérito à RTP pelo Conselho de Informação por proposta do PS. Se as conclusões desse inquérito forem iguais às do inquérito agora pedido então bem podemos ficar à espera do terceiro inquérito. Será assim que se resolvem as questões — mandando fazer inquéritos-fantasma?

Em Junho também sai a famosa nota-interna de Fialho de Oliveira que divide as diversas candidaturas às presidenciais em candidaturas de «primeira», de «segunda» e «terceira». A norma vem a ser recusada mais tarde, mas com Prouença de Carvalho volta de novo a ser adoptada... Com a entrada de Prouença de Carvalho, Fialho de Oliveira não aceita determinadas «sugestões» vindas da administração e pede a demissão. Prouença de Carvalho, agora mais à vontade, com um director de Informação que tinha deixado de ser assessor de Imprensa de Sá Carneiro, acaba com os Conselhos de Redacção.

Segue-se, como é do domínio público, uma série de atropelos na Informação televisiva. O próprio Sindicato dos Jornalistas organiza «painéis» sobre essa problemática, então claramente arrefeida como lapa, como lepra, quer na RDP, quer na RTP. O Telegiornal é nitidamente um bloco informativo oficial e a «Informação/2» caminha para uma quarentena, para uma reestruturação que, como tal, nunca existiu. Ou seja, numa altura em que deveria ser o Telegiornal a parar para uma reestruturação de fundo, isso mesmo vem a acontecer realmente com o segundo canal, que estava sem qualquer sombra de dúvida francamente superior à sua congénere da RTP/1.

Prouença tudo prepara para que a AD se lhe veja reconhecida. É a marginalização do PC dos «Face a Face» pré-eleitorais, a proibição da cobertura jornalística durante a campanha eleitoral, o afastamento de jornalistas, e muitos outros aspectos que foram sendo referidos pelos órgãos de informação da oposição ao longo de meses. Finalmente, foi aquela vergonha recentemente vinda a público: o próprio administrador quis comandar as operações da cobertura de um funeral político.



Prouença de Carvalho tudo prepara para que a AD se lhe veja reconhecida

Programação infantil

Quer a programação infantil, quer a cultural (que analisaremos de seguida), sectores nucleares em qualquer cadeia televisiva nacionalizada não comercial — foram as mais marginalizadas (têm-no sido ao longo dos anos) neste ano que agora termina.

Não começámos o ano mal de todo. Se pensarmos que o início do ano pautou pela inclusão de vários programas portugueses no mapa-tipo então vigente (aquele que vinha de Soares Louro), teremos a explicação

para o estranho fenómeno. Vejamos quais os programas que na altura constituíam um conjunto razoável no âmbito exclusivo da programação infantil: tínhamos a já tradicional «Animação», o «Esturro e Companhia», as «Histórias com Pés e Cabeça» (baseadas nas belas histórias homónimas de Manuel António Pina e que já vinham de 1979, feitas para o Ano Internacional da Criança), tínhamos já o «Arte e Manhas», havia também o «Nada na Manga», depois os «Quadrados e Quadrinhos», as «Histórias contadas», e é também de recordar a série «Os Pulos», que embora fosse do horário nocturno podia ser acompanhada pelos mais miúdos ainda que ajudados pelos pais. Está bem de ver, portanto, Soares Louro deixou um legado neste campo que não foi apreciado, nem sequer copiado, nem de perto nem de longe, pelos seus sucessores. Tudo o que se fez a partir de Março foi... praticamente nada. Alguns programas foram continuados na produção nacional, mas a maior parte deles ficou pelo caminho, não se tendo criado alternativas absolutamente nenhuma.

Não é o «Espaço Visual», recentemente enquadrado (mal enquadrado) no «Tempo dos Mais Novos» que vem resolver o problema. Nem sequer a série «Mathis» — talvez a única que veio a surgir, com boa qualidade, foi sequer continuada e dobrada em condições de os mais pequenos perceberem as histórias. Não começámos mal, de facto. Mas a continuação do ano «infantil» não nos trouxe mais novidades. Não foi feito qualquer tipo de esforço para

prosseguir a produção nacional de grandes ou pequenas séries infantis. O pequeno telespectador foi totalmente desconsiderado. Inclusive, como já referimos, as séries estrangeiras eram passadas com legendas, o que reduzia enormemente o auditório mais juvenil. Só muito raramente tivemos um off a ajudar de facto à compreensão do programa.

Balanço deveras angustiante, portanto.

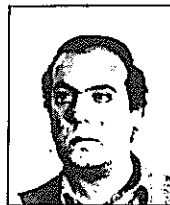
Programação cultural

A programação cultural não foi substancialmente diferente. O que já havia sido feito na administração de Soares Louro permaneceu por mais algum tempo, sendo depois pura e simplesmente eliminado sem que surgissem alternativas, quaisquer que fossem.

Continuámos com a «Manta de Retalhos» (depois suspensa), prosseguimos por mais algum tempo «O Acto e o Destino», o «Museu Guiado», o «Cineatro-TV», «A Música e o Silêncio» — o melhor programa da RTP, depois completamente esquecido pelas sucessivas administrações, a «Enciclopédia de Bolso», «A Arte e as Coisas» (realização de José Elyseu) «ABCena» e poucos mais.

Para o fim do programa de António Vitorino de Almeida foram dadas várias explicações mas o que é facto é que o seu autor-apresentador «fartou-se» de afirmar em público que se não prosseguia a sua série as culpas deviam ser atribuídas fundamentalmente à RTP.

Ficámos depois sem magazines de cinema, de teatro, as artes plásticas não eram sequer



Rui Cádima

abordadas, nem o bailado, a literatura, etc. Mais tarde voltaria um «Roteiro dos Teatros», profundamente mediocre. Voltariam também programas de qualidade como o «A Ler Vamos» — depois «extinto» — os «Autores Portugueses» e poucos mais. Mas esses não foram mais senão uma gotinha de água no oceano...

Ainda em relação à programação cultural não queríamos deixar de referir que ela não teve nunca uma definição bem delineada. Não foi só sob a orientação de Carlos Cruz que tal sucedeu. Antes dele, e depois, também isso aconteceu. O programa mais importante do ano neste campo é sem dúvida o «Ao Vivo» — desterrado para um segundo canal que cada vez mais parece de facto uma prateleira para calar a boca a «alguns» (muitas vezes são mais do que se pensa...).

Calar a boca a alguns foi também o que Cunha Rego fez quando da prossecução das comemorações televisivas do «Ano Camões». Vimos inicialmente dois bons filmes dessa série — «Ascensão e Queda do Reino Venturoso» e depois a «Originalidade do Renascimento Português», onde colaborou o falecido professor Joaquim Barradas de Carvalho.

Cunha Rego, no entanto, não quis saber do «Ano Camões» para nada. Ele ficou também conhecido como o «censor de Camões». De facto, política tão negra só nos velhos «index» inquisitoriais!

Balanço do ano televisivo (conclusão)

Só alguns programas de divulgação atingiram a qualidade exigível



Rui Cádima

Os chamados programas de «divulgação» são os de menor audiência na programação. Por isso mesmo deve ser-lhes exigido um mínimo de modernidade no seu discurso, a multiplicidade e a variação das sequências, tanto quanto possível. Sem isso continuaremos a depararmos com programas invisíveis tais como, por exemplo, «Res pública», «Diga 33», «Uni-vos Milhões», «Pagar mas Devagar», «TV Rural», «O Povo e a Música».

Alguns destes programas aproximaram-se de facto, daquilo que deve ser exigido. Então neste caso, na medida do imediatamente possível, «XX-XXI», «Condição Mulher», «Come e Cala» (suspensão na altura das eleições e depois definitivamente «banido» não se sabe ainda em troca de quê) e «Mulher, Mulher».

Em relação a alguns deles, os primeiros, há a considerar que se tornam mesmo, muitas vezes, exasperantes, pela contínua repetitividade e a falta de imaginação do seu discurso. Pensamos, inclusive, que muitos deles não deveriam ter um contrato para mais de três ou quatro programas, tal o «ramerrão» em que acabam por cair. O telespectador nesses casos acaba por estar efectivamente afastado da emissão. Há que acabar, portanto, com esse género de produções.

Ainda a referir neste sector estão programas pouco habituais, mas que apareceram ao longo deste ano com uma humildade e uma honestidade de saudação: trata-se de «Novos Horizontes» e de «Teatro Amador».

Programas Recreativos e musicais

Joaquim Letria ia prosseguindo com o «Tal e Qual», programa «top» da RTP na altura. Mais tarde, à semelhança do que ia sendo feito em múltiplos outros casos, o contrato não seria renovado. Assim era tratado um dos programas de maior audiência na RTP. Assim era tratado um dos profissionais de Televisão mais competentes que temos, quer na zona da Informação, quer na zona da programação.

Entretanto, desapareciam também os «Sheiks com Cobertura», ambos da RTP/2, ambos sem renovação de contrato. Desaparecia, também, uma experiência que embora fosse um fracasso em termos de realização, era um projecto a ter presente, a melhorar — o «Soltem o Rock mas Agarram-no Bem». Outras coisas foram ficando pelo caminho a troco, por exemplo, dessa barafunda que foi o «Prata da Casa» (um concurso «exemplar») e dos sessenta mil contos investidos nos «Jogos Sem Fronteiras» de Vilamoura. Dizia-se então que

não havia verbas para a produção nacional...

O «Prata da Casa» portar-se-ia à imagem e semelhança genéricas da RTP em si: com os seus altos e baixos, mas acima de tudo com a irresponsabilidade, a incompetência e a autêntica palhaçada carnavalesca a presidirem na maior parte das vezes às emissões de cerca de três horas (mártires de n'os!) até à degradação final, até ao seu desaparecimento total. «Deus o tenha em paz»... Só aí houve uma pequena diferença: de facto, a RTP ainda está aí viva e bem viva, desrespeitando dia-a-dia a boa vontade do telespectador...

Já no final do ano o «Eu Show Nico» veio repor um mínimo de coerência neste género de produções até então inexistentes, mas depois dele, o «TV Show» viria a desequilibrar de novo a balança, tentando agora salvar-se a todo o custo de um naufrágio quase evidente, previsto ainda antes de ele ter sido «lançado à água»...

Das séries estrangeiras ficamos também sem o «Applauso», sem o «Planeta dos Homens». Por aí andam agora perdidos os «abençoados», «Marretas» e quanto ao resto, estamos só a ver (querá da bola de cristal?) uns shows brasileiros de qualidade, um deprimido «Oh Boy!» e nada mais.

Ah!, esquecia-me entretanto, do Festival da Canção (!) e, vá lá, vá lá, de dois «Espaços» da RTP/2 — um para o rock, outro para o amigo, o jazz. E os intérpretes portugueses, têm-nos visto? Será que os autores populares não têm acesso à RTP/EP?

Teatro

Tivemo-lo francês, mas mais valia não tê-lo. Foi francamente mau. E tivemo-lo britânico, nomeadamente originais de Shakespeare, com a qualidade habitual da BBC.

Tivemo-lo português? Viramo-nos? Até as peças portuguesas prontas para emitir foram retardadas e lançadas naquilo que a Direcção de Programas julgou talvez ser o caixote do «lixo» esquerdisto da RTP.

Foi praticamente um ano sem teatro português, sem qualquer planificação, a curto ou médio prazo, de adaptação de originais portugueses clássicos e contemporâneos. Carlos Cruz tinha falado na sua determinação em produzir teatro português na

RTP, mas ficou-se só por aí. Fala-se agora num grupo de actores e encenadores que vai orientar esse género de produções. A ver vamos.

Também aqui se verificou, portanto, o que já observámos nos outros sectores: apostas iniciadas ainda pela administração de Soares Louro, como por exemplo o «Mar Livre» (peça bilingue), um pouco na continuação do que já havia sido feito com «Os Maias», não foram depois prosseguidas. Nem sequer foi prosseguida, tal como havia sido anunciada, a realização de peças já montadas e encenadas pelos grupos portugueses de teatro independente. Isso foi feito num ou noutro caso — o que não é obviamente o suficiente. De outros sectores próximos do do teatro, como a Ópera e o Bailado, nem vale a pena falar: foi coisa que praticamente não existiu.

Cinema

As noites de cinema da RTP/2 continuaram a ser da responsabilidade do «Cineclub» de António Pedro de Vasconcelos. Foi o espaço mais coerente, ao longo do ano, na RTP. Uma programação de grande qualidade foi aquela que pudemos observar ao longo das quase 52 semanas. E pouco mais há a dizer em relação à «2». (Os nossos parabéns ao «Cineclub»).

Na «1» temos uma situação substancialmente diferente. A escolha nem sempre é rigorosa. Poderia sê-lo, apesar de tudo. De qualquer modo aqui fica também o nosso reconhecimento por uma nítida melhoria da programação ao longo do ano, introduzindo cinema de qualidade dos anos 70. Há que prosseguir essa via, e ser ainda mais ousado nas escolhas para o primeiro canal. Quem é que não gosta dos grandes autores contemporâneos?

Séries filmadas

Se não fossem os «Retalhos da Vida de um Médico», vindos de trás, e também o «Zé Gato», o que é que teríamos? Nada. Absolutamente nada. É triste constatar-lo, mas é a verdade. Não foi dada a menor importância aos profissionais portugueses — técnicos e actores. Todos se lamentaram, as críticas choeram. Contudo, nada disso surtiu efeito. Foi construída passo a passo uma situação que

é de novo vergonhosa. Não há praticamente nada feito em Portugal para se ver (a propósito quando vem essa série policial dirigida pelo Luís Filipe Costa?).

Quanto a séries estrangeiras podemos dizer que houve uma preocupação em comprar produções de qualidade, quer da BBC, quer de algumas redes de Televisão norte-americanas, quer ainda da Globo (caso de «Malu Mulher» — e nada mais).

Mesmo assim o melhor do ano vai, ainda aqui, para o que foi deixado por Fernando Lopes: Bergman e Godard no topo.

Telenovelas

Entrámos em 1980, uns muito interessados, outros menos, na ascensão social da Júlia, nos «grilos» do Cáca, e em toda aquela confusão, quase «porno-chanchada» bem elaborada por todos aqueles «animais de estúdio» da Globo. Antes de vir a «seguir» — que se pensava na altura ser «O Bem Amado» eis que surge a «Sinhazinha Flô», baseada em textos de José de Alencar, uma novela onde se sentia um mínimo de preocupação por produzir para um público algo mais exigente do que aquele da «novela das 6h»...

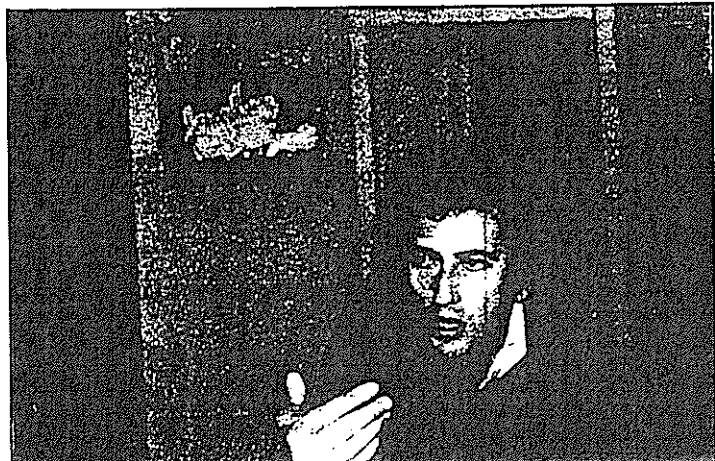
Depois seria a desgraça: viria a «D. Xepa», e com ela ainda estamos. Por mim o confesso: já nem a posso ver. E agora vejamos lá o dilema: seis meses a aturar «aquilo»? Já não há respeito por ninguém! Verdade?

Desporto

Talvez seja este o sector mais homogêneo da programação da RTP. Porque, compreende-se bem. Sobressaem do conjunto de programas o «Grande Encontro», o «Estádio» (outro programa suspenso) e ainda os programas coordenados pelo professor Noronha Feio — «Desporto é Vida» e «Os Jogos e os Homens».

«Jogos Olímpicos», Torneio de Rugby das Cinco Nações e finais de Taças Europeias foram o prato forte da programação.

Prato forte nacional foram os desafios entre os «grandes» transmitidos agora em directo pela RTP. Esse foi «o acordo» do ano. Evidentemente que os «grandes» são também os beneficiados. Disso já reclamaram os clubes mais pequenos. Mas esta é uma questão para outra altura.



António Pedro de Vasconcelos, responsável pelo «Cineclub»

TV-BANDEIRANTES — A NOVA IMAGEM DO BRASIL

Bandeirantes e Globo em guerra aberta

■ «Os Imigrantes» devem substituir «Água Viva»

Rui Cádima

DENTRO de alguns meses veremos se será a telenovela «Os Imigrantes», recentemente estreada pela TV Bandeirantes de S. Paulo, a substituir a «Água Viva», em vez da anunciada primeira telenovela portuguesa (de que até agora só se sabe chamar-se «João Gudunha», ter produção da Edipim e serem seus principais responsáveis Thilo Krassman, Nicolau Breyner e Odette de Saint Maurice). Tudo indica tratar-se de uma difícil negociação entre a RTP e a produtora externa, a tal ponto que a actual Direcção de Programas já se vem a interessar de algum tempo para cá numa eventual substituição. «Os Imigrantes» é como dissemos, uma grande possibilidade. Serão nessa altura 300 episódios diários — um total que será record absoluto em Portugal de tempo de emissão de uma só série. E teremos companhia para mais de um ano...

«A nova imagem do Brasil»

Após a queda do «império» TV Tupi no Brasil, em Junho de 80, ditada pelo próprio Governo brasileiro, a Rede Bandeirantes surge com um novo rosto, voltada para a grande competição televisiva contra o seu principal adversário — a Rede Globo — utilizando nessa feroz campanha inicial o slogan «Bandeirantes: a nova imagem do Brasil».

O nome que surge entretanto ligado ao novo projecto da Bandeirantes é Walter Clark, um director de programas de TV, mais recentemente produtor de cinema, que tinha já levado a Globo ao primeiro lugar do «top» geral de audiência de programas no Brasil e que após abandonar a Televisão nos princípios de 79 passou de facto a produtor de longas-metragens tendo sido ele o produtor do mais recente filme de Arnaldo Jabur, com Sônia Braga (descrita pela «Newsweek» como uma das melhores actrizes mundiais do momento), após a apresentação de «Eu Te Amo» em Cannes).

Walter Clark no eixo

Walter Clark, nome conhecidíssimo no Brasil, é aliás um homem extremamente importante nesta actual fase em que a Bandeirantes se movimenta, como devem calcular. Ele é de facto o responsável pelas mais recentes mudanças na programação do «Canal 13» — a outra designação desta rede emissora de Televisão — e isto com vista ao melhoramento geral e ao relançamento económico do pequeno império da família Saad.

Estes cargos assumem uma importância elevadíssima num país como o Brasil que actualmente dispõe de cinco grandes canais emissores, quatro dos quais ligados a grandes grupos económicos privados. Não é por acaso que Clark foi convidado para o cargo de director-geral da Bandeirantes pelo choru-

do ordenado mensal de 50 mil dólares mensais, segundo se diz (o que equivale a cerca de dois mil e quinhentos contos mensais)...

A Bandeirantes, tal como dissemos, não só provocou uma profunda mudança na sua orgânica interna — indo buscar muitos dos melhores profissionais da «Tupi», entre os quais se encontra Sérgio Marcondes (director das Relações Internacionais, com quem falámos em Cannes), como também incluiu neste «facelift» uma mudança de «logo»: a partir de agora a Bandeirantes é também, sugestivamente, «a nova imagem do Brasil»...

Bandeirantes: flashback

Mas o que é afinal de contas o grupo «Bandeirantes»? A rede TV pertence a um grupo económico que iniciou a sua actividade em 1937 com uma emissora de Rádio em São Paulo e hoje está integrado nada mais nada menos do que por 23 emissoras de TV que cobrem todo o Brasil. Integrada ainda por 19 emissoras de Rádio (12 AM e 7 FM) e também com ramificações comerciais na produção de discos e cassetes, transmissores de Rádio, etc.

A Bandeirantes investirá no período decorrente entre o início deste arranque e o final de 82 qualquer coisa como 25 milhões de dólares em equipamentos sofisticados, ampliando a área total do seu centro de produção para cerca de 16 mil metros quadrados, com câmaras RCA, VT's Ampex Quad, enfim, material de grande qualidade.

Segundo estatísticas fornecidas pelos serviços de Imprensa a Bandeirantes está a produzir actualmente cerca de 65 por cento de toda a sua programação atingindo mais de 70 milhões de telespectadores numa população de cerca de 115 milhões (isto, por certo, no que se refere ao raio de acção das suas emissões)...

No MIP TV'81 recentemente realizado em Cannes encontrámos Sérgio Marcondes, como dissemos um dos antigos funcionários da «Tupi» ao serviço, agora, da Bandeirantes. Ele encontrava-se em Cannes para divulgar a produção da sua rede de Televisão e simultaneamente para se inteirar das melhores produções mundiais do momento com vista a uma eventual compra para futuros mapas-tipo.

Saad versus Marinho

Numa breve conversa que então com ele tivemos fomos informados da nova política geral da Bandeirantes após a recente reestruturação levada a efeito, no fundo, pelo seu presidente João Saad e pelo filho João Carlos Saad, um pouco à imagem do que se tem passado na Globo com os Marinho.

Um dos aspectos que nos foi confiado mais em particular pelo director das Relações Internacionais



«Chacrinha», apresentado por Abelardo Barbosa, foi uma das conquistas da Bandeirantes à Globo

da Bandeirantes foi exactamente o da perspectiva de fundo para os próximos tempos com vista à competição com a Globo. Aqui é Walter Clark, responsável máximo pela informação e programação quem tem uma palavra a dizer, quem tem o poder da decisão. A questão é a seguinte: se a rede de Televisão da família Saad quer atingir dentro de algum tempo números próximos dos já atingidos pela rede de Televisão da família Marinho muito terá que lutar com efeito — não só, claro, a nível financeiro, mas também a nível da produção e da imagem da Bandeirantes ao longo dos meses, nos diversos «ratos» que consecutivamente o IBOPE leva aos computadores.

Variedades são alternativa à telenovela?

Disse-nos Sérgio Marcondes: «Walter Clark entrou para a Bandeirantes com o objectivo principal de elevar a rede ao nível da «Globo» ainda que inicialmente, à qualidade da programação, possa não corresponder uma audiência de imediato conquistada. Este tipo de acções não têm de facto efeitos imediatos. As melhorias por nós introduzidas progressivamente poderão só vir a sentir-se com alguma consistência para o final do ano.»

Se houvesse que anotar algo de extraordinário nesta nova política televisiva do «Canal 13» de S. Paulo haveria a referir fundamentalmente que se por um lado a telenovela é de uma forma geral o género

televisivo por excelência no Brasil, haveria que encontrar uma nova forma de produção para competir assimetricamente com as grandes produções do «Sistema Globo de Telenovelas».

É assim que a primeira grande proposta de Walter Clark é voltar de novo as atenções do auditório para um género de produção entretanto preterido em relação à telenovela: o das «Variedades» — no caso com um pequeno bloco informativo como separador. Segundo o próprio Sérgio Marcondes nos afirmou a Rede Bandeirantes propõe-se avançar com uma programação semanal que possa fazer frente em termos verdadeiramente alternativos à tradicional «novela» das 20.10 da Globo. Em si, um género que até aqui só tem sido batido pelos grandes desafios de futebol. Tarefa difícil para a Bandeirantes, portanto.

Este é de facto um caso curioso no campo das alternativas de fundo a grandes linhas de programação habitualmente definidas de acordo com os interesses do auditório veiculadas periodicamente pelo IBOPE. Ainda que os pressupostos de Clark venham a resultar parcialmente será já uma grande vitória.

«Imigrantes» ou «Gudunha»

Outro dos «trunfos» da Rede Bandeirantes é a sua nova telenovela estreada recentemente — a 27 de Abril — cujo título genérico é como dissemos «Os Imigrantes» — na qual se relata a história de três imigrantes (três Antónios), um português, um italiano e um espanhol e a sua chegada ao Brasil nos finais do século passado, partindo depois pelo seu reconstrutor numa fazenda de café do interior.

Esta novela escrita por uma já experiente argumentista, Benedito Ruy Barbosa, tem no total 300 episódios, 150 actores, e está nos planos da RTP, para uma eventual compra. De momento nada se sabe, mas é possível ainda que no final da «Água Viva», caso não cheguem a bom termo as negociações com a Edipim (no que se refere ao acordo com vista à produção da primeira telenovela portuguesa que começou já a ser escrita por Odette de Saint Maurice), terá ainda este ano em Portugal, ou, então, para o próximo ano. A Bandeirantes parece fazer neste caso um melhor preço do que a Globo, no que respecta, claro, às telenovelas — e não só... A RTP não teria assim grandes dificuldades numa futura escolha em caso de idêntica qualidade. É isso, afinal que resta saber.

Por enquanto as primeiras opiniões dividem-se entre a nova telenovela da Bandeirantes e a entretanto estreada «O Amor é Nosso», da Globo, mas tudo leva a crer que a «Água Viva», da imigração brasileira, do século XVI à ditadura Vargas, está a atingir já os 20 por cento previstos pelos responsáveis. Se assim for é sinal de que «Os Imigrantes» será a primeira batalha ganha por Walter Clark contra os seus antigos patrões. Mas ainda agora a procissão vai no adro...

«IMIGRANTES» EM 300 EPISÓDIOS

A mais cara telenovela de sempre

OS custos da grandiosa produção da Bandeirantes «Os Imigrantes» estão orçados em quase um milhão de cruzeiros por capítulo e representam até agora o mais alto investimento feito por uma emissora brasileira na produção de uma única novela. Se considerarmos os 300 episódios da telenovela facilmente depreenderemos que as perspectivas de um retorno financeiro são de facto impossíveis. Isto basta para explicar o que a Rede Bandeirantes pretende com a produção e emissão de um tal trabalho...

A Bandeirantes descobriu que só com a introdução de padrões de qualidade ainda mais marcantes do que os actualmente existentes — liderados pela Globo — poderá

avancar claramente nos gráficos de «rateio».

O «Estado de S. Paulo» ouvia recentemente Clemente Netto, director da Bandeirantes recentemente contratado juntamente com Walter Clark: «A emissora está perante o mesmo dilema que atormenta a maioria das redes de televisão: o espectro da Globo e deixar de pretender ser apenas uma alternativa à maior rede brasileira. O investimento pode ser alto, trazer prejuízos, mas «vale a pena».

«A novela está inserida dentro de toda uma mudança de programação onde os estudos de «marketing» foram indispensáveis. Colocar uma novela dessas às seis e meia da tarde em horário novo tem uma



Os principais personagens de «Os Imigrantes»

função imediata: concorrer com duas novelas da Globo ao mesmo tempo». Clemente admite ainda que essa mudança de horário pode fazer também com que a restante programação seja vista, uma vez que tudo será feito para não haver coincidência de horários.

Os 20 por cento que Álvaro Moya — o produtor da novela — admitia atingir com «Os Imigrantes» são no fundo o dobro do que a Bandeirantes tinha no mesmo horário antes do início da transmissão da telenovela. A mesma pretensão existia já aquando da estreia de «Rosa Baiana» a anterior novela, mas problemas internos difíceis de superar impediram que tais números acabassem por ser atingidos.

A Bandeirantes está certa de que o mercado de novelas está congestionado principalmente por falta de público. «Seis novelas diárias é demais. E preferível concentrar os esforços numa produção muito bem cuidada do que dispersar verbas», dizia Moya convencido de que com «Os Imigrantes» o tiro não sairia pela culatra...

Com a experiência de já ter escrito e adaptado 22 novelas, Benedito Ruy Barbosa está confiante, mas é Moya quem afirma que Benedito ofereceu a novela à Globo que recusou por não ter condições de levar por diante um projecto tão caro. «Pode ser que avancemos rápidos demais... Mas não havia outra alternativa...» — R.C.



PONTO DE VISTA

Rui Cadima

A propósito das eleições francesas

Qual o verdadeiro peso da TV na vitória socialista?

Um inquérito recentemente realizado em França, imediatamente antes das eleições presidenciais, permitia concluir que a fracção do eleitorado flutuante — os «indecisos» — faria a sua escolha em função da apresentação dos candidatos no pequeno «écran».

Essa intrincada questão de se saber se é de facto a Televisão que faz o vencedor tem vindo a ser abordada de há alguns anos para cá, com base na estatística e na semiologia, mas onde não deixam de estar profundamente implicados os homens do «marketing» político, principalmente nos países economicamente desenvolvidos onde os *media* audiovisuais detêm também um maior poder: nos Estados Unidos — os pioneiros deste tipo de estudos, logo nos anos 50 — na França, na Alemanha Federal e na Inglaterra.

Porém, apesar das profundas investigações já feitas ainda não se chegou a conclusões transparentes. Muitas das ilações vindas a público são, aliás, extremamente contraditórias. Há quem esteja convencido de que a apresentação do «discurso» é decisiva. Há, por outro lado, quem julgue que é o público que *faz a imagem*, que a desenvolve, que a difunde.

«Indecisos»: a Televisão «vota» por eles?

Uma das poucas conclusões em que parece haver consenso é a seguinte: à medida que cresce o número de indecisos cresce também o poder influente da Televisão nos resultados finais.

De uma coisa não há dúvida absolutamente nenhuma: é a Televisão o *media* mais poderoso, não só a nível informativo como também a nível da determinação do voto.

Voltando ao inquérito atrás referido, e partindo do facto de que cerca de 26 por cento do eleitorado francês se mostrou extremamente permeável à aparência das *imagens*, mais do que ao seu conteúdo (podendo considerar-se esta percentagem como a da «família dos indecisos»), concluir-se-á que no caso das recentes presidenciais — e também no caso das legislativas de domingo passado — a Televisão foi por certo o *media* que mais contribuiu para a opção final dos indecisos, enfim, para ditar os vencedores. Resta saber agora em que medida — e como o foi.

Nós, que não acompanhámos as emissões da Televisão francesa sobre as eleições, pouco poderemos acrescentar sobre o assunto. Esperemos, entretanto, que alguém o faça na França de Mitterrand. Conclusões inesperadas poderão surgir, sem dúvida.

Giscard na «régie»

Voltemos um pouco atrás. Logo no início da segunda volta das presidenciais, nos finais de Abril, a Imprensa de esquerda fazia-se eco das polémicas declarações de Pierre Mauroy à «Antenne 2», acerca do favorecimento evidente que as várias direcções de Informação vinham a conceder à candidatura de Giscard d'Estaing.

Pelo seu lado, os directores da Informação — homens nomeados pelo Presidente da República, em Dezembro de 80, e com mandato por três anos — faziam questão de não responder às acusações dos partidários de Mitterrand, alegando que essas críticas vinham de «candidatos que não viam Televisão». Esta a resposta de Jean Marie Cavada, da TFI, que adiantaria ainda estar empenhado em fornecer depois das eleições os totais cronometrados, concluindo sobre os números. De qualquer modo, não é por aqui que se chegará a conclusões irrefutáveis. Nós sabemos como é extremamente aleatório este tipo de contagem. Veja-se o exemplo português entre os números de Proença de Carvalho e os do PCP para se chegar à conclusão de que estas contagens são perfeitamente viciáveis.

Entretanto, nos sectores de apoio a Giscard verificavam-se algumas dissensões. O que aconteceu, por exemplo, no semanário «L'Express», foi significativo: uma fotomontagem na capa com um Giscard cansado e velho, «idolatrando» a imagem televisiva de Mitterrand, originou a demissão compulsiva de Olivier Todd, chefe de redacção, que tinha defendido o voto no candidato socialista...

Uma certa pressão dos jornalistas sobre os seus superiores hierárquicos verifica-se também nas redacções dos vários canais de Televisão. Giscard, por exemplo, possuía no seu carro presidencial ma-

terial que possibilitava emitir em directo... Este um outro problema que fez correr muita tinta.

Volta-se o feitiço...

Com a vitória de Mitterrand e a tomada de posse do ministro da Comunicação — Georges Fillioud — saneado da «Rádio Europa 1» pelo seu apoio declarado a Mitterrand em 65, os socialistas franceses passaram ao contra-ataque exigindo aos vários «P.-D.G.'s» das cadeias televisivas o «respeito estrito pelas regras da objectividade», fazendo questão em sublinhar desde logo a necessidade de adoptar em França uma nova lei sobre o audiovisual que rompesse definitivamente com a relação de dependência entre as direcções da Televisão francesa e o poder político, — medida giscardiana introduzida em 74 com o objectivo de «segurar» o seu próprio poder através do controlo dos aparelhos ideológicos do Estado francês.

O novo Governo do Presidente Mitterrand prosseguia, entretanto, a sua luta mais geral conducente a uma política geral de Informação. No passado dia 2 de Junho, numa reunião com a recentemente formada «Intersindical dos jornalistas do audiovisual», Fillioud teve oportunidade de ver quais as propostas dos jornalistas com vista à elaboração de um novo estatuto para a Radiotelevisão.

Convém referir rapidamente o que esta «Intersindical» dos jornalistas avançou, num balanço que fez da gestão giscardiana: os últimos anos viram um serviço público nacional transformar-se numa Radiotelevisão de Estado, depois de governo, para cair mais tarde num *media* ao serviço de um partido, seja de um clã e de um homem. E continuavam: «Em treze anos a direita despediu no audiovisual cerca de quinhentos jornalistas!»

Mas a «guerra aberta» entre os vários poderes não ficaria por aqui.

Nas vésperas da primeira volta das legislativas, Fillioud voltava a pôr em causa, os responsáveis pelos vários «canais»: «Ainda que eles se não tenham comportado como informadores objectivos, mas antes como partidários políticos, continuam nos seus lugares porque nós somos respeitadores do direito. (...) Eu conto — prosseguia — com os jornalistas que trabalham sob as suas ordens para o exigir também»...

As palavras do ministro deram de novo lugar, naturalmente, a protestos vindos dos apaniguados da direita, homens do anterior presidente.

Foi a Televisão responsável pelo voto?

Não foi, portanto, inesperada a demissão do P.-D.G. de «Antenne 2» anunciada logo após a rotunda vitória socialista, como referiu o enviado especial do «Telejornal» no seu despacho de segunda-feira.

Ao fazer referência ao «Le Monde», diria, curiosamente, que o serviço informativo da TFI, no domingo de eleições, foi agora defendido pelo conhecido jornal, após ter sido antes criticado pelos socialistas.

Tudo se congrega, portanto, para que normalize em França a polémica entre poder político e os grandes meios públicos de Informação. E desta vez estamos em crer que as coisas se processarão de uma forma em tudo diferente daquela «preparada» friamente pela anterior maioria.

Volta, finalmente, a dúvida inicial: se Mitterrand tinha contra si a Informação televisiva, se mesmo assim ganhou as eleições: se ganhou sem dúvida com uma margem muito superior às dos «indecisos», que eventualmente poderiam pender para o lado socialista, qual foi, na realidade, o «peso» da Televisão francesa na vitória histórica dos socialistas? Esta a questão que tão cedo não terá resposta. Há que considerar contudo o «desgaste» que o *media* sofreu, proposita e inteligentemente, por parte dos socialistas, numa situação de desvantagem nítida, no que dizia respeito ao poder no interior das redacções. Estes e outros aspectos «marginais» foram, por certo, decisivos na grande vitória de Mitterrand.

Telecrítica 31/12/80

Rui Cádima

«XX-XXI»: menos um

Acabámos de fazer o nosso balanço anual, um rápido balanço, diga-se; nele abordámos também os programas de divulgação, como aliás todos os outros, de áreas diferentes, se bem que não entrássemos exactamente na especificidade de cada um.

Traz-nos aqui, agora, um desses programas a que nunca nos chegámos a referir detalhadamente, mas que, dado um conjunto de circunstâncias entretanto surgidas, achámos que deveria, então, ser aqui feita essa referência. E não o fizemos de princípio pela simples razão que tínhamos acabado, nessa altura, uma fase de colaboração com a cooperativa co-produtora do programa — trata-se de «XX-XXI, Ciência e Tecnologia» — a Cinequanon.

A série foi decorrendo, nós aqui poucas referências lhe fizemos (e quando o fazíamos era em termos genéricos), mas chegou a altura de ela nos abandonar. Segundo a própria Cinequanon nos disse, «XX-XXI» caminha para o seu término. O dr. António Manuel Baptista, colaborador antigo da RTP, verá também suspenso o seu contrato. De imediato parece que nada de anormal sucedeu. Contudo, se repararmos bem, veremos que todos os programas que ao longo do ano têm sido cancelados a nível contratual são, em grande maioria, programas produzidos para a RTP por produtores externos, a maior parte deles cooperativas, outros produtores independentes, outros ainda os chamados produtores «da publicidade» (com empresas ligadas ao ramo), etc.

Não é por acaso que muitas das cooperativas que conseguiam sobreviver ainda à custa de alguns poucos trabalhos para a RTP, estão a atravessar agora uma situação extremamente difícil, sabendo-se ainda que muitos dos profissionais empenhados nesses projectos atravessam, também, uma situação de desemprego ou subemprego.

Isto está, de facto, a acontecer um pouco por todo o lado, no âmbito da produção externa. É isso que fundamentalmente lamentamos. É também de lastimar que sejam logo as cooperativas, que habitualmente nos apresentam trabalhos de qualidade, as primeiras a verem o seu trabalho dificultado, a caminho da imobilização e da possível falência. A sua situação é, de facto, bastante grave.

Mas nem só por isso o final desta série nos traz aqui. É que também, neste caso, se acaba com um programa de qualidade sem se vislumbrarem alternativas claras para a prossecução de um projecto que era do agrado do grande público. Vamos ficar, mais uma vez, à espera dos novos «enchidos».

Este último programa teve a caracterizá-lo a análise feita pelo dr. António Manuel Baptista das técnicas ópticas de exame das pinturas de telas antigas. Estivemos com ele, em primeiro lugar, no Museu Nacional de Arte Antiga e, depois, no Instituto José de Figueiredo onde se procede habitualmente ao restauro das obras de arte do património português e onde se verifica, através de técnicas nas quais intercede o próprio «Raio X», se os quadros são falsos ou não.

A RTP/2 começou antes de tempo!

Domingo passado, ao ligarmos casualmente o «UHF», cerca das oito e vinte da noite, verificámos que já estava no ar a voz de Fialho Gouveia fazendo a locução da série sobre a civilização Maia. Não soubemos a que horas foi a «Abertura»... Às vinte e trinta não foi de certeza!...

PH

Quarta-feira, 14 de Outubro de 1981

TELECRÍTICA



Rui Cádima

Um novo canal de TV: antes da Igreja está a Educação

Será porventura uma verdade da La Palisse: antes da educação cristã, está a educação «tout court».

Vem isto a propósito da «Missa de Domingo» e de várias questões ultimamente surgidas nos meios de comunicação de massa (com especial destaque, claro, para a TV), sobre a tripla relação Igreja-Televisão-Educação.

A «Missa de Domingo» teve como tema de homilia precisamente o encerramento da Semana Nacional de Educação Cristã. O padre que celebrava a missa, coordenador de todo o ritual, pautou a sua intervenção nesse sentido do despertar para a educação cristã. Na catequese, a primeira comunhão foi vista como uma espécie de 4.ª classe da educação cristã. Temas, portanto, como a catequese e a educação cristã, a prática e o amor cristãos foram pois tratados com vista ao alcance do «equilíbrio na vida da pessoa ao nível religioso», uma vez que ao nível cultural e científico esse «conhecimento» existe na maior parte das vezes.

Educação cristã, portanto.

O nosso ponto de partida «filosófico» neste pequeno texto é o seguinte: antes de educar na fé, educar na língua. E isto porquê?

Exactamente em referência ao que tem vindo a público ultimamente sobre o interesse da Igreja possuir, em Portugal, um canal privado de Televisão. Segundo alguns jornais têm referido D. António Ribeiro requereu já há alguns meses a concessão à Igreja desse direito com base no artigo 41.º da Constituição, que garante «a liberdade de ensino de qualquer religião praticada no âmbito da respectiva confissão, bem como a utilização dos meios de comunicação social próprios para o prosseguimento das suas actividades».

Ora, sabemos que está ainda proibida na lei a privatização da Televisão... Mas mesmo que a Lei venha a ser revogada (o que não será o caso) uma outra questão surgiria: na Constituição portuguesa não se fala obviamente desta ou daquela religião, mas, de uma forma plural, «qualquer religião». Sabemos, é certo, que a religião maioritariamente professada é a católica. Mas no caso da Igreja católica vir a ter esse canal, que diriam por exemplo as correntes religiosas minoritárias, dos islâmicos aos baha'is? Na Constituição está também expresso o acesso dessas religiões à comunicação de massa. Pode-se dizer por exemplo que desde a entrada em vigor da nossa Lei Fundamental, neste caso concreto, ela nunca foi cumprida.

Mas estas são ainda assim e paradoxalmente questões secundárias. A questão fundamental parece-me ser esta: qual a primeira necessidade do País? Um terceiro canal para ser explorado pela Igreja católica ou um terceiro canal de Televisão Educativa, cujo primeiro objectivo é relançar a Educação Permanente, a Cultura, consolidando a memória histórica, recuperando o passado, o património, revalorizando a identidade nacional? Não pode haver dúvidas sobre a resposta a dar.

Ao mesmo tempo que a homilia a que nos referimos decorria nos estúdios da RTP, a Rádio Comercial, em directo de Castelo Novo (Fundão), no noticiário das 13 horas, referia-se as eleições naquela freguesia decorriam normalmente e que a única curiosidade era o receptor de TV estar sintonizado no programa da Televisão espanhola, que chegava ali nas melhores condições!...

A Igreja é universal... Mas se a homilia que ouviu no domingo na RTP chegar a Castelo Novo noutra língua que não a portuguesa, provavelmente nenhum dos habitantes perceberá nada. Antes da fé... a língua.

PH, 9/8/81

O Espaço já está à venda

Rui Cádima

Começou a guerra comercial à escala planetária pelo domínio do Espaço... Os grandes competidores são, neste momento, no Ocidente, a França e os Estados Unidos (embora o projecto francês seja simultaneamente também europeu) respectivamente com os lançadores de satélites «Ariane» e «Space Shuttle». A questão básica assenta no seguinte: o lançamento de um satélite de telecomunicações para a sua órbita usual, prevista ainda nos anos 40 por Arthur Clarke nos 36 mil quilómetros de altitude, importa em nada mais nada menos do que trinta milhões de dólares!... E isto só quanto ao lançamento... Não vale a pena então entrar nos próprios custos de produção dos satélites...

Por enquanto, ao nível dessa «guerra comercial» tudo está ainda razoavelmente calmo pois neste momento a procura é substancialmente maior que a oferta. Porém, já se desenham no horizonte as raízes de uma competição silenciosa, uma luta que a nível económico será de facto tenaz entre a Europa e os Estados Unidos da América.

O projecto «Ariane»

Diga-se desde já que neste momento são os norte-americanos que levam vantagem técnica e comercial sobre o projecto europeu, explorado comercialmente pela sociedade Arianspace, constituída por cerca de cinquenta acionistas europeus que até agora se têm mostrado satisfeitos, com reservas, evidentemente, sobre o volume de encomendas solicitado ao foguete Ariane — qualquer coisa como um bilhão e quatrocentos milhões de francos franceses...

O programa de desenvolvimento do foguete Ariane, da Agência Espacial Europeia (ESA) é realizado sob orientação do CNES (Centre National d'Etudes Spatiales), tendo por contratantes principais a Aérospatiale, SEP, Matra e Air Liquide (França), Contraves (Suíça), ETCA-ACEC (Bélgica), tendo ainda muitas outras empresas participantes no programa. É o caso, entre muitas outras, da BSR, Dassault, Sofrac, da Bosch (Alema), da Philips (Holanda), da Volvo (Suécia), da Casa (Espanha), da Aeritalia e da Logstor (Dinamarca). (1)

De momento a vantagem dos americanos assenta precisamente no facto de daqui a quatro anos, quando começarem a ser lançados os satélites de telecomunicações de difusão directa para órbitas geostacionárias, a nave americana levará de vantagem cerca de 500 quilos de carga máxima em relação ao «Ariane» que não poderá ultrapassar as duas toneladas. Outra grande vantagem do «Space Shuttle» é poder trazer para terra satélites que entretanto se tenha avariado ou percam o contacto com a estação receptora de sinais.

«O cavalo de batalha da Europa»

Para obviar a esta desvantagem a sociedade responsável pelo projecto Ariane propôs muito recentemente um novo foguete — o «Ariane 4» — já considerado como «o cavalo de batalha da Europa» no seu combate com a América, com capacidade para cerca de 3,5 toneladas, o que o colocará numa situação perfeitamente rival com o «Shuttle». A sua construção, dada a urgência da resposta europeia, deverá ser decidida muito em breve, se não o foi já nestes últimos dias. Se tudo correr como se prevê este superfoguete deveria efectuar o seu primeiro voo em Setembro de 1985. De qualquer modo trata-se de um novo projecto que não está a ser aceite de mão beijada... Principalmente a Alemanha, a braços com algumas dificuldades orçamentais poderia rever a sua participação no projecto. A sua parte representa cerca de 10 por cento do total — cerca de um bilhão e cem milhões de francos. Tivesse ou não sido avançado algo no recente encontro Mitterrand-Schmidt, o que é certo é que até ao final do ano os eventuais parceiros decidirão sobre se apoiarão ou

não o projecto de concorrência aberta com os americanos. Da parte do novo governo francês parece haver uma predisposição favorável para apoiar o projecto — tenha-se em atenção os recentes telegramas de apoio de Mitterrand e de Pierre Mauroy pelo sucesso do lançamento de dois satélites geostacionários, postos em órbita precisamente pelo foguete Ariane (tratou-se do «Météosat 2» e do «Apple»).

Do que não existem dúvidas é de que há já um grande mercado potencialmente capaz de permitir um grande desenvolvimento científico e comercial no domínio das telecomunicações.

Os responsáveis pelo projecto Ariane julgam neste momento ser necessário «negociar rápido, fazer admitir preços altos, a longo prazo, com taxas suplementares de segurança razoáveis, saber resistir às pressões políticas e, principalmente, saber afrontar o impacto catastrófico de acidentes como a autodestruição do voo «Ariane L 02», em Maio do ano passado (o que constituiu um prejuízo material de 77 milhões de dólares!). (2)

Anos 90: 200 satélites de TV directa!

Uma outra realidade: calcula-se que na próxima década estarão lançados na referida órbita geostacionária cerca de duzentos sistemas de telecomunicações e de satélites de televisão directa! De qualquer modo há que ver que são satélites com uma duração limitada entre os 6 e os 9 anos, aproximadamente, sendo que os existentes hoje serão em tudo muito diferentes dos que existirão daqui a dez anos.

Hoje, cerca de 40 satélites estão já a ser construídos. A companhia RCA está com dez em mãos... Outras companhias como a Hughes Aircraft e a Matra estão também a produzir alguns. Os países desenvolvidos — «potência espaciais» — com capacidade tecnológica para tal, enviarão elas próprias os seus satélites para o Espaço, e aquelas nações que eventualmente venham a querer possuir o seu próprio satélite — enfim, nações com grandes áreas territoriais, que não justifiquem a ligação por

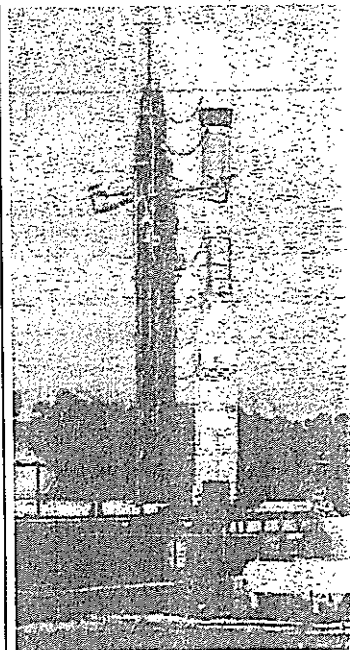
cabos ou por feixes — poderão alugar um determinado tempo de utilização de satélites de um país vizinho, por exemplo. Conta-se a anedota, em relação a este aspecto, de que um emirato de redutíssima área territorial quis comprar aos Estados Unidos um satélite de telecomunicações...

Ao nível dos preços os americanos conseguiram estabelecer uma tabela mais convidativa do que a do Ariane. Contudo, trata-se de uma tabela fictícia uma vez que o «Shuttle» está a ser subvencionado, até 1986, não podendo manter a partir daí os preços competitivos que por enquanto relegam o «Ariane» para um lugar secundário. Será ainda curioso notar que ainda que estas condições se mantenham, os clientes das nações interessadas nunca se deixarão «garrar» por uma só potência espacial... Sob o ponto de vista político há sempre o máximo interesse em manter boas relações com várias potências espaciais... E recorrerão também ao «Ariane»...

Outro aspecto curioso em todo este processo é o dos seguros. Por exemplo em França, 75 das maiores companhias de seguros agruparam-se para responder às necessidades que levanta o lançamento de satélites comerciais. As estatísticas estão feitas: há sempre uma margem entre os 10 e os 15 por cento de fracasso nos lançamentos. O que por outro lado não significa que, feito o seguro e dado o sinistro, as sociedades reembolsem as empresas a cem por cento... No total o sinistro custa em média duas vezes mais do que o prémio conseguido!

O recente sucesso do «Ariane»

A competição entre o «Shuttle» e o «Ariane» conhecerá dentro em breve o «epílogo» do primeiro acto... Os potenciais utilizadores das várias nações deveriam ter já confirmado as suas opções e reservas para o foguete norte-americano nos voos previstos para os próximos três anos. Muitos desses clientes fizeram a sua inscrição, por precaução, ao plano de lançamentos do «Ariane» e também nos planos dos lançadores clássicos norte-americanos como o «Del-



O foguete europeu Ariane

ta» e o «Atlas-Centauro». Têm agora que se decidir — e logo numa altura em que o lançador europeu acaba de dar excelentes provas com o bem sucedido lançamento dos dois satélites a que já fizemos referência, em 19 de Junho passado; Era por isso mesmo que a ESA e o CNES estavam tão desejosos do sucesso da Ariane ainda antes do final de Junho, data limite para as opções definitivas.

A NASA recua

Entretanto a NASA, por diversas razões, entre as quais estão os atrasos no fabrico do reservatório externo — parte não reutilizável do «Shuttle», acaba de reduzir substancialmente o número de voos deste aparelho. Estavam previstos inicialmente 48 voos; tendo sido feita a redução para 35, o que representa uma diminuição na ordem dos 27 por cento!

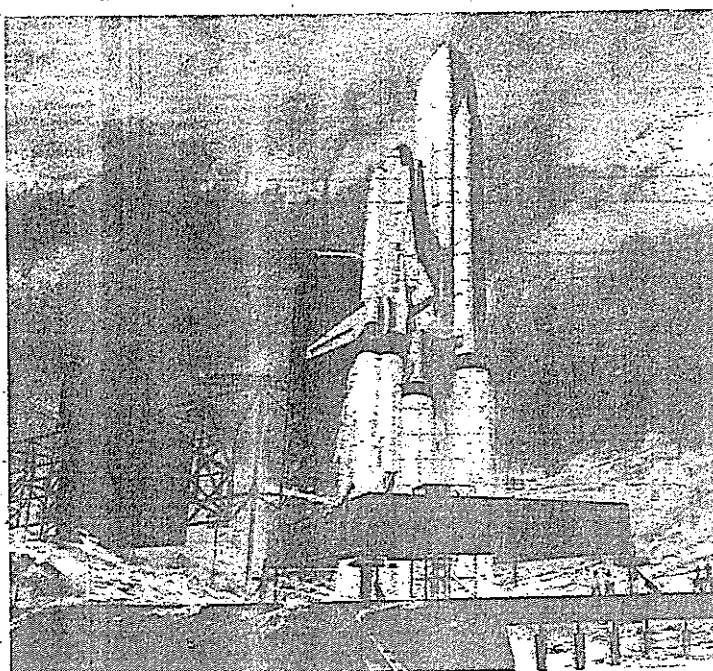
Esta redução comporta obviamente aspectos caros sob o ponto de vista comercial. Alguns utilizadores já inscritos virão com certeza a ter problemas com alterações de datas de envio de satélites pelo «Shuttle» (o primeiro estava entretanto previsto para 29 de Março de 86; trata-se do Luxsat-A, pedido pelo Luxemburgo).

Vários problemas poderão ainda vir a confluir para um mesmo ponto a partir das repercussões da decisão da NASA, como é o caso do tempo de construção dos próprios satélites. Mas mais inquietante ainda, segundo o «Le Monde» (3) é o risco de conflito que comporta a utilização simultaneamente civil e militar do «Space Shuttle». O departamento de Defesa norte-americano reconheceu recentemente a prioridade absoluta de utilização do foguete para os «interesses vitais» dos Estados Unidos. Os clientes civis poderiam assim ver os seus tempos previstos alterados à última da hora... O novo administrador da NASA, James Beggs, acaba de declarar que se trata de um risco a superar e que «é necessário pôr em acção um mecanismo para regular este problema»...

Prossegue o «Le Monde»: «Acabamos de ter um exemplo deste «imperialismo» dos militares: dese- jando proteger um satélite da espionagem electrónica soviética, os militares americanos pediram o adiamento do seu lançamento. Ora este satélite é indissociável ao bom funcionamento do laboratório Spacelab que a ESA forneceu à NASA. Seria então necessário, quer fazer recuar a primeira missão Spacelab — que já tem três anos de atraso — quer aceitar que um bom número de resultados científicos fossem perdidos, por impedimento de um meio de transmissão para terra. Uma vigorosa pressão diplomática da ESA «ajudou» os militares a retirar o seu pedido. Mas este incidente reforça o receio que têm os clientes civis de serem relegados para um plano secundário, sentimento que incita alguns a voltarem-se para o projecto Ariane...»

Notas

- (1) CF. «Les Industriels du Programme Ariane», Ai et Cosmos, n.º 866, Junho de 1981
- (2) «Le Commerce de l'Espace», por Laurer Broomhead Science et Avenir, Julho de 1981.
- (3) «La Navette américaine et l'imperialisme» de militaires», Le Monde, de 21/6/81.



O «space shuttle» (navê) norte-americano Columbia

INTERNATIONAL PROGRAM REVIEW

Prix Italia juries criticize quality

By Rui Cadima, WBN, Portugal

VENICE—This year's Prix Italia produced no such off-screen drama as the 1981 walkout by the British delegation. But the event was again marked by complaints from more than one jury about lack of originality and a failure of imagination in using the resources of the medium.

Typical was the report from the TV music jury, which Radio Telefis Eireann's Gerald Victory summed up by commenting, "all in all, while there were quite a few striking programs, we felt that there was a noticeable shortage of really original jointly creative works in

which composer and visual artists produced something really effective by working perfectly together."

The radio drama jury report was even more negative, citing both a decline in the number of entries and a list of faults that included: obscurity and introversion; a lack of originality and timidity about dealing with current issues, evidenced by many entries' use of fable and myth as sources; a poverty of presentation and failure to make use of radio's technical and dramatic strengths; and the mechanical use of music. The jury also complained of bad translations

provided for the Prix Italia itself.

The poor view that the juries took of the general standard of exhibits was shared by all the participants—delegates, journalists and critics alike. The best category—despite the reservations expressed by jury chairman Victory—was the TV music category.

The winner of this, the BBC's *Cruel Garden*, is a dance drama based on the life and work of Spanish poet Federico García Lorca, with music by Carlos Miranda. Rather than take a direct and narrative approach, director Colin Nears uses the theme—including images from Lorca's poetry and plays—as the raw material for a story about the loneliness and transformations of a man with a special vision.

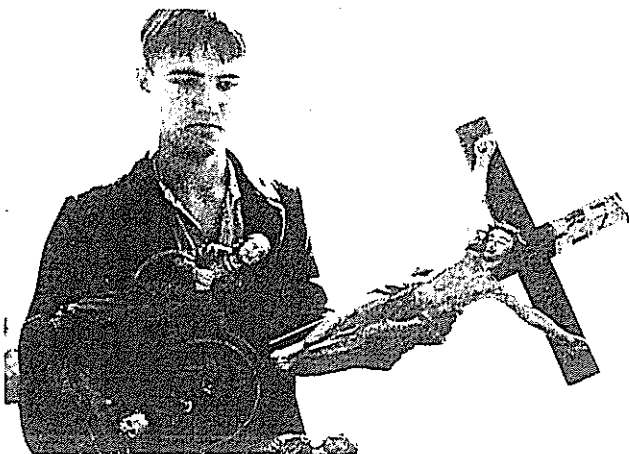
The BBC, of course, is a perennial winner of festival prizes and one

continued on page 18

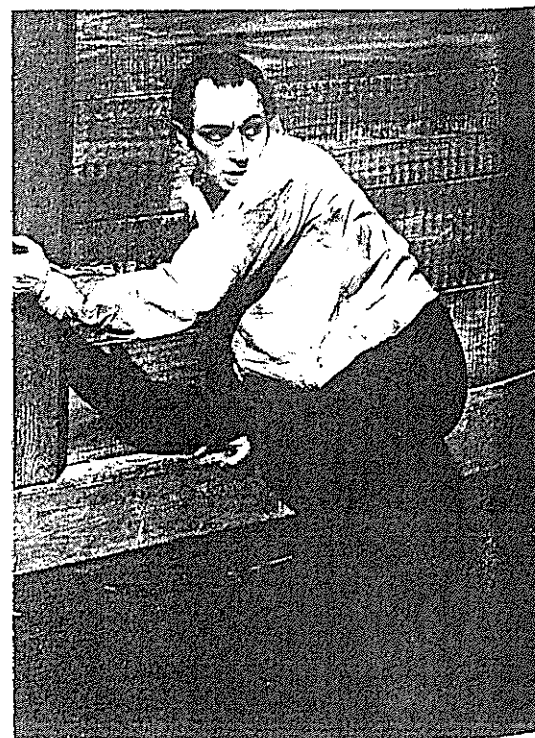


Dame Peggy Ashcroft and Lionel Jeffries star, above, in Prix Italia winning drama, *Cream in My Coffee*.

Among RAI prizewinners was the Austrian drama *Beautiful Days*, right.



The BBC won a music award with *The Cruel Garden*, below, by the Ballet Rambert.



BME'S WORLD BROADCAST NEWS

☆ TELEVISION ☆

Drama

Prix Italia (simple majority): *Cream In My Coffee*. Directed by Gavin Millar, produced by Kenith Trodd (London Weekend Television).

Special Prize (simple majority): *Beautiful Days*. Directed by Fritz Lehner, script by Franz Innerhofer (ORF, Austria).

Music

Prix Italia (absolute majority): *Cruel Garden*. Directed by Colin Nars, produced by John Needham. Music: Carlos Miranda. Choreography: Christopher Bruce and Lindsay Kemp (BBC, UK).

RAI Prize (absolute majority): *The Firebirds*. Produced by Thomas Grimm. Choreography: Glen Tetley. Music: Igor Stravinsky (Danmarks Radio).

Documentaries

Prix Italia (absolute majority): *Soldier Girls*. Directed and produced by Nicholas Bloomfield and Joan Churchill (CPB/PBS, USA).

Venice Prize (relative majority): *Illegal Immigration Channels*. Directed by Jean-Pierre Moscardo. Script: Frederic Laurent (TF1, France).

☆ RADIO ☆

Drama

Prix Italia (absolute majority): *Florent and the Tuxedo Millions*. By Peter Redgrave and Brian Miller (BBC).

Special Prize (absolute majority): *The Words of a Day*. By Benedetto Bertoli, Pietro Formentini, Elio Molinari and Adriana Parrella (RAI, Italy).

Music

Prix Italia (simple majority): *Duet*. By Luciano Berio. Text by Italo Calvino (RAI).

Gian Franco Zaffrani Prize (absolute majority): *Halley's Comet—Fulfillment of a 76-year Vow*. By Hifumi Shimoyama and Naosumi Maeda (NHK, Japan).

Documentaries

Prix Italia (absolute majority): *Father Cares: The Last of Jonestown*. By Deborah Amos, James Reston Jr., Noah Adams (CPB/NPR, USA).

National Italian Press Association Prize (absolute majority): *The Mind's Eye*. By Stephen Schwartz and Palle Føgh (Danmarks Radio).



The radio documentary category was won by *Father Cares: The Last of Jonestown*, which was created by journalist James Reston Jr., seen here in Guyana.

of the world's most resource-rich TV organizations. The musical Special Prize winner, Danmarks Radio, is relatively small and short of resources. Its *Firebird* is a version of the Glen Tetley choreography of Stravinsky's classic ballet, first seen onstage in Copenhagen in 1981.

Television drama also produced some outstanding productions at the top of the list, whatever may have been the flaws further down. London Weekend Television's *Cream in My Coffee*, the Prix Italia winner for drama, continued Britain's record of magnificent period recreations, this time a fashionable seaside hotel in the 1930s. But *Cream in My Coffee*, by Dennis Potter—a leading British writer—is no mere exercise in nostalgia. The theme, the return of an elderly couple to the now fading resort where they had spent an illicit weekend before World War II, is a tragic essay in memory, aging, disappointment, futility. The performances continue another British TV tradition—the mixing of world-famous actors (among them in this case Dame Peggy Ashcroft) with relative newcomers.

As with the Music award, the Special Prizewinner in drama was a sharp contrast to London Weekend Television: state-run, from one of western Europe's smaller nations, an organization whose presence in the international market is a modest one. This was Austria's ORF, whose entry was also very different from LWT's: in place of personal and social decline in a middle-class setting,

growth and hope in an impoverished peasant milieu.

Beautiful Days traces the period of numbing work and poverty spent by a boy on his father's farm, till the day when he breaks loose and starts a new life. Said by some to reflect the inarticulacy and tedium of its subject's lives a little too closely, it was still a remarkable evocation of a far-from-idyllic peasant existence.

The final category, documentaries, produced awards for the US and France. The Prix Italia went to the Public Broadcasting Service's *Soldier Girls*. This evocation of military training for women recruits was based on cinéma vérité techniques (though criticized by some for containing set-up scenes). Its portrayal of the realities and psychology of basic training American-style avoided overt rhetoric, but the ironies shone through.

The French Venice Prize documentary, *Illegal Immigration Channels*, was devoted to the illegal smuggling of aliens (mostly African and Asian) by land routes into France—a massive subject for a 45-minute film, and one which shortage of time inevitably led into superficiality at times.

The radio awards included a Prix Italia for what must be one of the most chilling documentaries ever produced. This was the US entry, *Father Cares: The Last of Jonestown*, the first US documentary ever to win the prize. Based on 900 hours of tapes found after the mass suicide of Jim Jones's cult in Guyana, *Father Cares* carried the

Programming Politics

Each year, a symposium on media issues is organized to coincide with the Prix Italia. This year's meeting was set up for the first time by the International Communications Research Cooperative (CIRCOM). The theme was one that is shaping up to be this year's new trendy topic—DBS—in "Satellites: What Programming?"

As the meeting's preamble remarked, in common with several of the speakers, the question of programming for DBS is crucial: In Europe, because international audiences presumably demand international approaches, and in the US because more-of-the-same could prove a recipe for financial disaster where so much programming is al-

ready available on cable as well as conventional TV.

In Venice, the hard questions remained largely unanswered. Participants were treated to a kind of political debate—or at least statement of positions—between "liberals" like RTL's Gust Grass and the US Federal Communications commissioner James Quello, and "conservatives" like TF1's Jean Pierre Teyssier. The meeting, in fact, confirmed what has already been clear for a long time: DBS is a hot potato, both internationally in Europe and as regards the "new" technologies versus TV in the US. But it did not shed much light on what the public can expect to be watching when all those birds finally go into action.

prize against 27 competitors, the largest number ever entered in this category.

In its very different way, the Italian Press Association prize-winner was also about the mystery of the human mind. *The Mind's Eye*, Danmarks Radio's other triumph at Venice this year, probes a para-

lysed brain-hemorrhage victim's mental processes, exploring not only the brain itself but, in the words of the official summary, "... human companionship and interdependence ... technology, and computers."

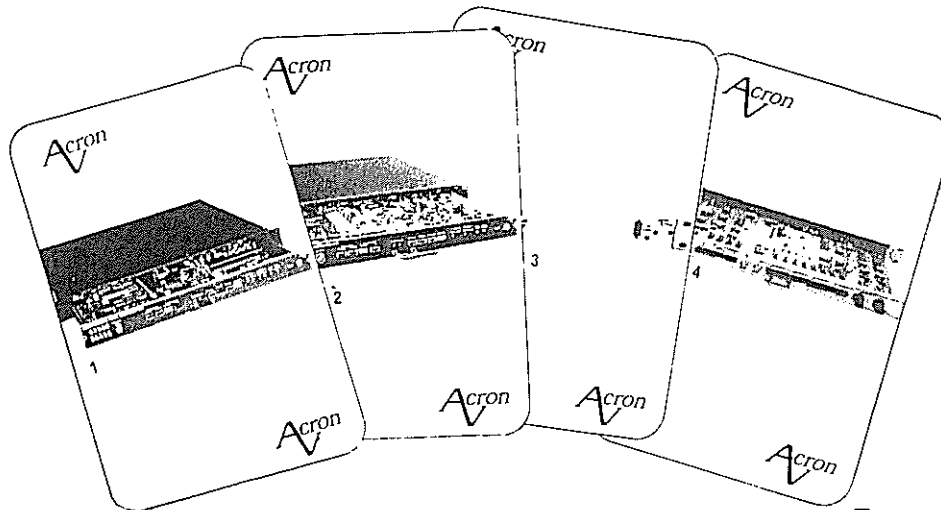
The BBC's *Florent and the Tuxedo Millions*, awarded the Prix

Italia for radio drama, is an "adult fairy tale" whose theme is wealth, featuring the world's first great woman detective, who also happens to be a millionaire. Very different is RAI's runner-up, *The Words of a Day* which literally was built on everything its protagonist, a middle-aged travelling salesman, says during the day: his words, with no responses, in a kind of monologue that has often made for successful radio.

Lastly, the prizes for radio in the music category. If *The Words of A Day* was a soliloquy, RAI's *Duet* is, despite its name, a trio for two violins and the voice of a dying theatrical manager, a timeless piece with protagonists rather than characters, reminiscent in this of the Expressionist drama of 1920s Germany. The Japanese *Halley's Comet: Fulfilment of a 76-Year Vow*, which took the Gian Franco Zaffrani Prize, also links past and present but very differently. It traces the results of a vow taken by four students captivated by the appearance of Halley's Comet, to meet again at its next appearance a lifetime later.

WBN

Four Aces from the Acron Pack



1 The 504 Sync Pulse Generator has two separate outputs of colour black, 8 uncommitted selectable pulse outputs and 2 subcarrier outputs, which are standard, as is hard/soft and crash genlock. Up to 1½ line advance phasing is possible in all genlock modes.

2 The 505 Sync Pulse Generator has separate outputs of colour black, colour bars and grille and 8 uncommitted selectable pulse outputs and 2 subcarrier outputs, which are standard, as is soft/hard and crash genlock. Up to 1½ line advance phasing is possible in all genlock modes.

3 The PAL standard BPA 103 Black/Grey/White and Burst Generator with three 1 volt composite video outputs (75Ω). The unit is self contained with power supply and requires five timing inputs such as those provided by a standard Sync Pulse Generator.

4 The TPG-350 Test Signal Generator will produce the following test signals: Full Field bars, Half bars, IRS bars, Colour Black, Pluge, Staircase, Bounce and Grille. It will also encode RGB inputs.

Acron
Send for literature to

Unit 3 Lovelace Road, Bracknell
Berks RG12 4YT, England
Tel: Bracknell (0344) 55625 or 55018
Telex: 847795

Acron distributors overseas: Belgium Ineco; Holland Inter Electronics; Italy Telex International Srl; Germany W. Vinten GmbH; Nordic Countries: JAT; Joergje Andersen Ingeniørfirma; Australia Quantum Electronics; New Zealand Video Systems; Switzerland Telexvideo.

Executive & Editorial Offices
295 Madison Ave., N.Y., N.Y. 10017 USA
Telephone: (212) 685-5320 Telex: 64-4001

Publisher: Charles C. Lenz, Jr.
Editorial Director: Gerald M. Walker
Editor Emeritus: James A. Lippke
Editor: John Storm Roberts
Associate Editor: Eva J. Blinder
Assistant Editor: Tim E. Wetmore
Editorial Production Assistant: Allene J. Roberts
Assistant to the Editor: Douglas Damouth
Editorial Assistant: Toria J. Smith
UN Columnist: Lee Love

C O R R E S P O N D E N T S

AFRICA

Accra, Ghana: John Kugblenu
Bamako, Mali: Djibril M'Bodge
Maputo, Mozambique: Iain Christie
Lagos, Nigeria: Titus Ogunwale
Freetown, Sierra Leone: Royston Wright
Cape Town, South Africa: Barry Streek
Khartoum, Sudan: Alfred Taban
Dar es Salaam, Tanzania: Ludovick A. Ngatara
Tunis, Tunisia: Krim Gabous
Salisbury, Zimbabwe: Tim Chigodo

ASIA

Dacca, Bangladesh: Mohammad A. Hye
Beijing, China: Ma Yuanhe
New Delhi, India: Mulakh R. Dua
Tokyo, Japan: Tadao Matsumoto
Kuala Lumpur, Malaysia:
Brajesh Bhatia/Eileen Wahab
Kathmandu, Nepal: Dhruva H. Adhikary
Rawalpindi, Pakistan: Absar H. Rizvi
Bedok, Singapore: Abdulrahman M. Said
Colombo, Sri Lanka: Bede Perera

EUROPE

Liège, Belgium: Anne Aubert
Brussels, Belgium: Willem van Poucke
London, England: Nick Higham
Copenhagen, Denmark: Inger Ørum
Paris, France: Christian Labrande
Cologne, West Germany: Steve Smith
Athens, Greece: George Tsoutsias
Hilversum, Holland: Renso H. Van Bergen
Budapest, Hungary: Len Scott
Dublin, Ireland: Des Cryan
Bologna, Italy: Giuseppe Richeri
Birkirkara, Malta: Charles Flores
Trondheim, Norway: Arne Asphjell
Lisbon, Portugal: Rui Cadima
Madrid, Spain: Robert Richards
Stockholm, Sweden: Leif Matteson
Geneva, Switzerland: Bruce Vandervort
Belgrade, Yugoslavia: Peter Hadji-Ristic

MIDDLE EAST

Nicosia, Cyprus: Chris Drake
Jerusalem, Israel: Barry Chamish
Amman, Jordan: Muhammad Ayish
Riyadh, Saudi Arabia: Abdullah R. Cali
Abu Dhabi, United Arab Emirates: Celia May

NORTH AMERICA

Montreal, Canada: Huguette Boivin
Toronto, Canada: Brian Couch
New York, USA: Jack Glattbach (UN agencies)

SOUTH AMERICA

Buenos Aires, Argentina: Lida von Schey
Rio de Janeiro, Brazil: Paulo Coelho
Bogotá, Colombia: Julio Tobón de Paramo
Lima, Peru: Arne de Arrarte

CARIBBEAN/CENTRAL AMERICA

Mexico City, Mexico: Juanita Darling
Port of Spain, Trinidad: Jeremy Taylor

PACIFICA

Sydney, Australia: E. Lloyd Sommerlad
Wellington, New Zealand: Gordon Clane
Manila, Philippines: Simeon Bonzon

Associate Publisher: Djuna Van Vort
Controller: Michael J. Lanni
Production Director: Janet E. Smith
Art Director: Saija Autrand
Advertising Production Assistant: Dana L. Kurtz
Marketing Services: Elaine Alimonti

CONTENTS

DECEMBER, 1982

N E W S

- Channel 4 launches UK on broadcast revolution** 1
NRK faces cash cuts, competition 6
Games give ABC biggest challenge 1
AES: Upgrading audio for broadcasting 6
RTL launches Channel 2 10
MIFED has everything—except buyers 10
News meeting eyes violence 11

I N T E R N A T I O N A L P R O G R A M R E V I E W

- Prix Italia juries criticize quality** 16
Juries and participants agree that the 1982 Prix Italia lacked creativity and imagination in international broadcasting.

P R O G R A M M I N G / P R O D U C T I O N

- L'Épingle Noire: Swimming upstream in France** 21
A baroque budget in minimalist times characterizes this French production. What happens when you spend 20 million francs on a TV adventure serial?

S P E C I A L R E P O R T

- France: New technology may outweigh new law as lever for change** 27
Private radios give medium new life 28
France's new government set out to make a revolution in broadcasting—but change may have more to do with the engineers than the politicians.

E Q U I P M E N T S U R V E Y

- Today's videotape editors and tape synchronizers offer more; digital editors emerge** 33
The evolution of videotape editing equipment and tape synchronizers since WBN's last survey in 1980; leaders in digital audio recording develop digital audio editing.

I N T E R N A T I O N A L P R O D U C T R E V I E W

- Ortofon develops computer-based test systems** 41

D E P A R T M E N T S

- WORLD WATCH** 12
UN PERSPECTIVE 14
GLOBAL MARKETPLACE 44
ADVERTISERS INDEX 46

BPA BM/E's World Broadcast News is published monthly and distributed via air by Broadband Information Services, Inc., 295 Madison Avenue, New York, NY 10017. U.S.A. Telephone (212) 685-5320. Telex 64-4001. BM/E's World Broadcast News is circulated without charge to those responsible for broadcasting operations outside the U.S. and Canada. Member, Business Publications Audit of Circulation (BPA). Subscription price to others U.S. \$38.00. Contact publisher for rates. Copyright 1982 Broadband Information Services Inc., New York, N.Y., U.S.A.

BM/E'S WORLD BROADCAST NEWS

Genealogia da estratégia consumista

Rui Cádima

De uma forma geral o antigo significado da palavra publicidade como «esfera pública», «vida social pública», tem vindo a perder-se. Salvo algumas excepções, como é o caso da Alemanha (com *öffentliche*), a conotação do termo remete hoje exclusivamente para as técnicas de persuasão de massa «destinadas a suscitar ou aumentar o desejo de adquirir este ou aquele produto, ou de recorrer a este ou aquele serviço» (1).

O moderno sentido da palavra emerge com a sociedade industrial, principalmente na fase avançada do capitalismo industrial, já depois de criadas as primeiras agências de publicidade que apareceram, quer na Europa, quer nos Estados Unidos, ainda na primeira metade do século passado. A fase em que o anúncio era para os negócios o que o vapor era para as máquinas estava definitivamente ultrapassada.

O discurso publicitário, esse, é de sempre. O que não impede que nele se venha a operar uma profunda mutação com os sucessivos avatares da sociedade de consumo. Passa então a estar determinado pela lei da concorrência, pelas estratégias de mercado e pelas estratégias institucionais. O discurso deixa de ser meramente funcional e passa a ser simbólico por excelência. É então que surgem as agências de publicidade, inicialmente autónomas relativamente a todo o campo empresarial e institucional, mas já claramente embrides legitimadores da ordem simbólica e das estratégias de persuasão.

Os loucos anos 20

A publicidade moderna é pois uma resposta imediata às necessidades do capitalismo industrial de massa. Se nas economias pré-industriais o fenómeno concorrencial, ao nível da disputa de marcas, ainda não se fazia sentir, com o crescimento desmedido da oferta as necessidades de escoamento dos produtos vão ser obviamente outras, de tal modo que, em plena «fordização» da América, no início do século, a publicidade, ela própria, passa a estar estruturada em termos de grande indústria.

As técnicas publicitárias, por seu lado, parecem não dar resposta às novas cadências, ao crescimento dos ritmos de produção impostos por Henry Ford. De facto a publicidade não conseguia «fazer escoar os produtos». É pois patente nessa altura a urgência de reinventar as formas de solicitar e persuadir o consumidor, de organizar «cientificamente» as estratégias de mercado. Procurava-se aquilo a que se chamava então a «teoria geral dos instintos».

São os psicólogos sociais que vêm de algum modo solucionar o impasse em que os publicitários se encontravam. A partir da colaboração entre uns e outros digamos que são os próprios hábitos de consumo que mudam, reformulados que são os processos de sedução e captação. Valores como o «prestígio», a «beleza», o «ter», confrontados com a interpenetração, a reafirmação do jogo social e, enfim, a criação de valores de uso artificiais, estão na base dessa mudança. Só cerca de 100 anos após terem aparecido as primeiras agências é que as técnicas de persuasão se encontram estruturadas de acordo com as necessidades do mercado, isto é, com o tornar verdadeiras algumas falsas necessidades, com a criação de novos desejos, novos hábitos, remetendo constantemente o público para novos imaginários consumistas. Para além do mais vender era «civilizar», comprar era «educar-se»...

Uma nova concepção emerge, nomeadamente nos Estados Unidos, em paralelo com a publicidade «industrial». Trata-se da ideia de «homogeneidade nacional», fundamentalmente com base numa identidade consumista, numa uniformização do gosto. Na sua *The History and Development of Advertising*, publicada em 1929, Frank Presbury colocava a questão nestes termos: «É a extensão das campanhas publicitárias a todo o País que se atribui recentemente o progresso da unidade na-

cional: elas trazem uma similitude de pontos de vista que, não obstante a mistura étnica, é mais pronunciada no nosso caso do que nos países europeus onde a população pertence geralmente a uma mesma raça, sendo portanto mais fácil de homogeneizar». A título de exemplo pode dizer-se que a campanha publicitária de Ronald Reagan deste ano, está delineada de acordo com esta tese... O início da campanha, previsto para um domingo à noite, será um filme de 5 minutos a passar em simultâneo nas três principais cadeias de TV, e a nível nacional.

Os anos 20 tornam-se assim uma década ostensivamente consumista. As técnicas publicitárias, cada vez mais aperfeiçoadas, transformam o corpo num dos objectos mais explorados, nomeadamente na publicidade feminina (hoje, também na masculina).

O objectivo da máquina publicitária — fabricar uma nova «máscara» para o novo cliente através de novas formas de persuasão — tinha sido atingido. Havia portanto todo um conjunto de factores a contribuir decisivamente para que a velha ostentação novecentista, toda uma teatralidade das classes «ociosas» sobretudo no domínio da moda, dos cosméticos, do gesto, mudasse radicalmente.

O utilitarismo e a propaganda

Por detrás da ideologia mecanicista e consumista criadora de modelos uniformes estão, como dizia, os psicólogos sociais e os sociólogos que então colaboraram em toda uma vasta estratégia publicitária e propagandística, introduzindo desse modo, *avant la lettre*, e no plano «científico», modalidades de investigação com características nitidamente antecipadoras do que viria a ser o utilitarismo e o funcionalismo da escola sociológica norte-americana. A análise empírica começava aí. E o funcionalismo era o seu justo continuador.

Note-se ainda que ao nível dos estudos sobre a opinião pública, o próprio Lazarsfeld, de forma insuspeita, defendia que o desenvolvimento empírico do tema se ficava a dever tanto à publicidade como ao exército. Daí, também, a relação de captura comum às duas áreas e aos seus objectos. Aliás, nada disso pode parecer estranho. Tanto Lazarsfeld como Wilbur Schramm, dois dos mais importantes funcionalistas norte-americanos, colaboraram com o próprio exército no domínio da propaganda, da acção psicológica, estudos de opinião, etc. A máquina de guerra e de propaganda caminhava assim em paralelo com a máquina publicitária consumista.

Outro caso curioso é o de John B. Watson, um dos fundadores da psicologia behaviorista nos EUA, psicólogo-publicitário, cuja tese fundamental era a de que todas as satisfações, à excepção daquelas oferecidas pela economia de mercado, eram, simultaneamente, psicologicamente perversas e socialmente nocivas... Mas a «crizada» consumista não se ficava por aqui. Edward Filene, um dos principais ideólogos da mobilização consumista, homem de negócios, herdeiro dos grandes armazéns de Boston, fundador (paradoxal!) do movimento de defesa do consumidor, autor de uma significativa obra sobre a sociedade de consumo, entendia que, acima de tudo, na terra da Máquina eram os homens de negócios quem, de uma forma «positiva», podia fazer com que os revolucionários de outrora esquecessem as suas posições de classe e encontrassem na sociedade consumista a forma de sublimar pulsões que seriam perigosas caso fossem expressas de outra forma... Os «ultras» consideravam inclusive que o fenómeno publicitário constituía, nessa medida, uma resposta ao bolchevismo! Paul Nystrom, economista, um dos fundadores da «teoria económica do consumo» dos anos 20 considerava nessa altura que no caso do fenómeno concorrencial-consumista não vingar, então não haveria praticamente outra alternativa a não ser a socialização dos bens de produção. Era então necessário obstar a que tal viesse a suceder. Para Stuart Ewen (2) a questão era (é) simples: «Da mesma forma que a expansão do capitalismo americano para além das nossas

Publicidade de gasolina ou propaganda nacionalista? (Postal publicitário dos anos 60)

fronteiras assenta numa retórica da democracia, por um lado, assim a conquista dos espíritos tomou caminhos de guerra, de movimento de conquista ofensiva de territórios sociais que os homens de negócios julgavam rapidamente civilizar».

Consumo era identificado, assim, com liberdade. McLuhan contava a história de um oficial americano que ao abandonar a Itália, no final da II Guerra Mundial, predizia serem poucas as esperanças de que os italianos viessem a atingir qualquer espécie de tranquilidade ou prosperidade interna enquanto se não comesçassem a preocupar, mais com os apelos concorrentes de cigarros e flocos de milho do que com a capacidade dos políticos... É que a «liberdade democrática», continuava o oficial, consistia em ignorar a política e preocupar-se com a ameaça de caspa, as pernas peludas, os seios flácidos... Mais ou menos isso dizia também, nos anos 20, o já citado Filene. Com a sua particular habilidade de sintetizar as complexas teorias, dizia muito simplesmente que, ao consumir, os americanos votam em Ford, na General Motors, na General Electric. Pode assim dizer-se que a característica fundamental dos loucos anos 20 é com efeito a emergência de uma espécie de ideal democrático enquadrado pela publicidade de massa e pela sociedade da opinião, ideal homogeneizador dos gostos e legitimador das instituições.

O pós-guerra e a emergência da televisão

Na segunda metade do século, devido, por um lado, a uma deriva na própria investigação (testes, estatística, análise factorial, psicanálise, semiologia) e por outro a uma racionalização da própria produção, a retórica publicitária torna-se, também ela, mais «racional», exclui cada vez mais o arbitrário, torna-se redundante. Esta tendência contudo sofreria uma inflexão com os movimentos de contestação dos anos 60 que vieram a originar uma publicidade dita então de «irracional».

Nomeadamente após o «boom» económico dos anos 50 a sociedade de consumo transformava-se numa perfeita «máquina de guerra adaptada ao combate para dominar o espaço social». A ordem social manteve-se centralizada e é inclusive reforçada nas suas vertentes económica e comunicacional. Assim se reforçava também o domínio sobre o espaço público em desagregação, constantemente agredido com renovadas propostas gratificantes de um mundo de sedução e fascínio, de um mundo de constante investimento do desejo e onde consumir é de algum modo obter a sua própria felicidade individual. A publicidade continuava assim a ser a melhor resposta à «saturação» dos ciclos de necessidades elementares, à superprodução e à obsolescência.

A partir da década de 50 (no princípio da qual McLuhan publica o significativo *The Mechanical Bride*) o regime de consumo ostentatório dos anos 20 «democratiza-se», por assim dizer, com a emergência da televisão, agora verdadeiro «agente do espírito consumista». As receitas de publicidade, naturalmente, vão acompanhar a progressão louca do parque de receptores. Nos Estados Unidos, entre 1948 e 1960 o total de receptores subiu de cerca de 2,6 milhões para 55,6, tendo as receitas publicitárias, no mesmo período, subido de 9,8 milhões de dólares para 1,5 bilões. No princípio da década de 70, ainda nos EUA, há em média um televisor para cada habitante. Mas o facto é que inicialmente, não sendo permitida a publicidade na televisão, as normas de conduta circulavam sobretudo através dos modelos paradigmáticos da ficção — eram eles que institucionalizavam o gosto. Nas emissões iniciais o discurso televisivo e

as suas diferentes «ficções» promovem sobretudo a miragem da abundância. Só no decorrer da década de 50 é que a televisão passa a ser o principal veículo do dispositivo publicitário e o garante da imposição das normas de conduta colectivas. Não esqueçamos que «a televisão existe não para produzir programas mas sim para produzir públicos»... Talvez por isso mesmo a ideia inicial de Lazarsfeld, Berelson e Klapper de que o efeito da comunicação de massa era não o de influenciar os eleitores mas sim o de os confirmar na sua intenção de voto tenha sido de certo modo invertida com a televisão (cf. *The Making of the President, 1960* e *The Selling of the President, 1965*).

Hoje a publicidade, através dos novos mediadores, dos «técnicos do saber prático» de que falava Sartre, assimilou modelos de contracultura, do feminismo, da defesa do consumidor... Digamos que os media são, de uma forma geral, o «aparelho ideológico dominante», propriedade simbólica de uma nova classe pequeno-burguesa, os «logocratas» (4), os novos vulgarizadores do saber.

O Estado-publicitário

Em paralelo com o crescimento económico do pós-guerra emerge um Estado forte, centralizador de serviços, organizador social, gestor do bem público e, obviamente, consumidor. Que melhor definição do momento que vivemos senão a de que sob a aparente pulverização das centrais de «massificação» se escondem verdadeiros «big brothers», sejam eles a Madison Avenue ou o Estado moderno todo-poderoso, império normativo e publicitário? «Quem sabe, por exemplo, que o Estado, primeiro anunciante — através da administração, dos serviços públicos e das empresas nacionalizadas — é também o primeiro publicitário — por intermédio do grupo Eurocom (este é o exemplo da França) — e o primeiro administrador de espaço — por intermédio de Havas?» (5).

De facto a agência Havas, cuja maioria do capital pertence ao Estado francês, é a que mais espaço publicitário vende em França. Há cerca de 150 anos a Havas era inclusive a detentora de um verdadeiro monopólio da informação — ela foi o embrião da France Press — e isso diz tudo. Em 1934 Léon Blum dizia que «elle ne sert plus les ministères, elle les fait!». E Giscard d'Estaing chegou a colocar à sua frente um dos seus principais colaboradores — Yves Carnac — num lugar que em França se equipara frequentemente ao de Ministro da Comunicação. Mitterrand criticou-o por isso, mas mais tarde seguiu-lhe o exemplo...

Poder-se-ia dizer assim que os media procedem hoje com uma racionalidade idêntica àquela que legitimou a própria publicidade, tendo por função exclusiva a «satisfação das necessidades individuais e colectivas». Os media são assim grandes máquinas persuasivas, incorpóreas sondas que captam «as aspirações e as necessidades do colectivo» e que assim facilmente institucionalizam um consenso, gigantesco «efeito de social», principal suporte do Estado-ficção moderno.

(1) David Victoroff, *Psicossociologia da Publicidade*, Moraes ed., Lisboa, 1972.

(2) Cf. Stuart Ewen, *Consciousness and Influence — Publicité et genèse de la société de consommation*, Aubier-Montaigne, Paris, 1983.

(3) Cf. Paul Baudry, *La société de consommation — Media, médiations et classes sociales*, Aubier-Montaigne, Paris, 1984.

(4) Cf. «L'empire du sens» in «La Pub, Autrement», n.º 53, 1983. Cf. também, Michel Le Net, *L'état annonceur — Techniques, doctrine et morale de la communication sociale*, Les Éditions d'organisation, Paris, 1982.

Argumentos

2-8 OUT 84

Televisão e desintegração da esfera pública

A televisão e a informatização no espaço da comunicação actual: até que ponto os homens se reconhecem nos «media» que pensam manipular?

Rui Cádima

Se é certo que o tráfico da notícia, em pleno declínio da Idade Média, e a tipografia, constituiram momentos fundadores do que viria a ser o espaço público burguês, não é menos certo que as telecomunicações e as novas tecnologias comunicacionais têm vindo a encerrar progressivamente o ciclo de «publicidade», de vida pública, que teve o seu auge nas redes de sociabilidade, nos lugares de quotidianidade do cosmopolitismo pré-industrial.

Depois, foi o início do fim, como defendem alguns sociólogos contemporâneos de renome. O capitalismo novecentista introduziu por assim dizer uma primeira importante ruptura ao nível do modo de individualização da sociedade: é toda uma cultura em torno da personalidade, do eu, que emerge, acompanhando o hedonismo e a repolitização da esfera social. Ali, exactamente, a grande fissura entre a esfera pública e a privada, com variações constantes desta última. De então para cá, e agora em plena sociedade pós-industrial, que universo a ter primeiramente em conta, a não ser o de uma certa indiferença, o do anonimato, o do

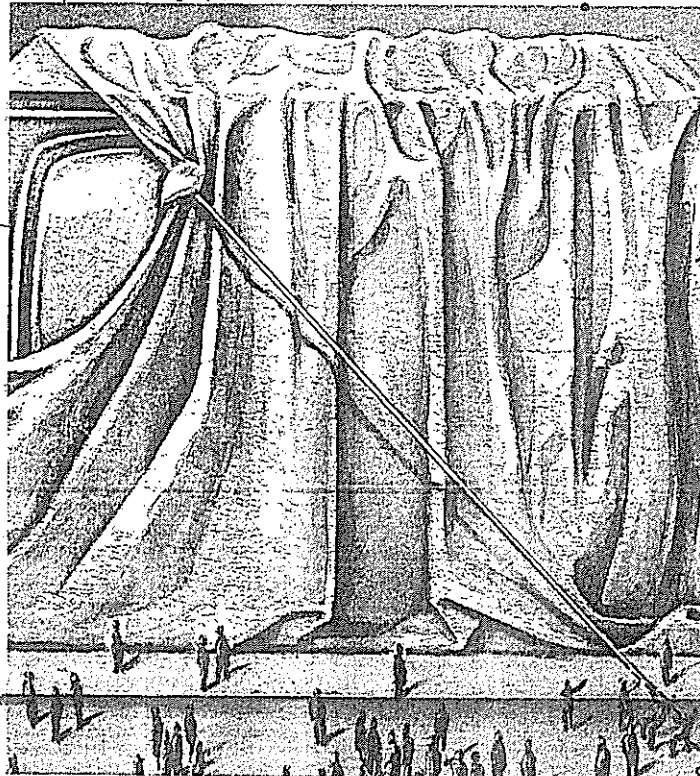
O deserto do real

É óbvio que a televisão e os novos media, e, enfim, a sociedade informatizada, têm vindo neste último quartel a agravar o processo de declínio do espaço público. Não serão o único responsável por isso, mas serão certamente o seu executor. Para se entender de que forma é que se torna evidente essa desintegração é importante desde já adiantar que um tal processo passa, por um lado, por aquilo a que Jean Baudrillard (*Simulacres et Simulations*, Gallée, 1981) chamou a precessão dos simulacros e, por outro, por aquilo a que Richard Sennett designou por esfera intimista (*The Fall of Public Man*, Alfred A. Knopf, 1974).

Entrando precisamente no universo do simulacro através do mundo da óptica seria bom considerar, com Abraham Moles, que a televisão nunca foi de facto uma janela aberta sobre o mundo: ele preferiu chamá-la «um periscópio sobre o oceano do social». Entre o real e o modelo que dele se instala, media, pois, um mar de individualismo, ou uma massa, sobre cujo anonimato todos os jogos de verosimilhança são legítimos e onde, portanto, a permissividade é praticamente total. A nomeação é assim extremamente redutora: o periscópio só vê o que está no «alto». Tudo o resto é margem.

O quadro de referência do real passou assim a ser dado através do vídeo, do monitor de TV. O que fica à margem é, sobretudo, o real. O quadro de referência, de substancializado, hiper-real, exclui-se, pois, ao próprio real. O que ele dá a ver é o real fragmentado, modulado. Nele só nos é permitido ler as diferentes mediações sedutoras e siderantes que se interpoem à verdade. É a «mediação televisiva» de que Martin-Serrano falava: é, enfim, a nova ordem de modelização que começa.

Medium siderante por excelência, mais do que qualquer outro, a televisão contribui em grande parte para que a carta preceda o território, ou, no mínimo, para a criação de uma estética hiper-real que confunde o real com o seu modelo mantendo constante, para além do mais, a ilusão de uma evolucionariedade. Não menos importante, to que a telemática sobretudo proscreve da sua ordem modelizadora e mobilizadora é o próprio sujeito da enunciação. Tende assim a desaparecer a instância legitimadora clássica do discurso



(Adriano D. Rodrigues, *O Campo dos Media, Regra do Jogo*, 1984).

As tiranias da intimidade

Uma perspectiva histórico-social integrada da televisão nas sociedades democráticas nestes últimos 40-50 anos é hoje fundamental para o entendimento do pólo institucional que a rege, da sua dinâmica emissora e da estética de recepção que dela resulta. Em última análise é da conjugação recorrente destes factores que o historiador e o sociólogo tirarão alguns dos dados fundamentais para o estabelecimento de um primeiro quadro epistémico, se bem que fragmentário, que nos permitirá visualizar de forma um pouco mais clara qual o papel que os media têm vindo a desempenhar na sociedade contemporânea.

Com a TV o espaço público sofre um golpe, diria, quase definitivo. A sociedade intimista sem dúvida que se consolida; e uma certa passividade também. A apatia e a indiferença vencem. São, aliás, estas as questões que têm vindo a interessar filósofos e sociólogos no cenário apocalíptico de final de século.

Tocqueville dizia já em meados do século passado que toda a pessoa que se refugia em si própria poderá ter ainda em si o sentido da família mas não terá mais o da sociedade. Digamos que este declínio da vida pública e da esfera social tradicionalmente burguesa se processa, de certa forma, em simultâneo com a emergência do Estado industrial moderno, do Estado providencial-público, que reconverte tudo o que é público em privado ou, dito de outro modo, que procede instituindo uma espécie de «privatização do público» e do que é público. Uma das questões fundamentais hoje é também a da limitação do poder do Estado. Quando, portanto, a vida pública se torna uma obrigação formal e se configura politicamente, emergem as associações, os partidos, os órgãos representativos; e as decisões, os compromissos, os contratos sociais, têm lugar, em geral, de forma não pública. O próprio Parlamento das democracias ocidentais não é senão um simulacro do agora ate-

niense — tudo o que lá se passa já está previamente decidido em privado. Há pois uma constante rareficação política dos interesses particulares nos interesses organizados das diversas associações representativas. Numa série de campos (educação, assistência, etc.) a própria família perde cada vez mais a sua capacidade de criar normas de conduta. Delega, por assim dizer, essa capacidade na TV (não esqueçamos que a televisão se dirige essencialmente à família apesar de também ela estar em grande crise) — o número de indivíduos a viver só é cada vez maior no Estado-Providência.

Desde o século passado que é na esfera intimista que o conhecer-se a si próprio vai tomando corpo, sendo progressivamente preterida a experiência impensoal, o contacto informal com o outro. Hoje vivemos uma época narcísica por excelência. Lipovetsky (*L'Ère du Vide*, Gallimard, 1983) é inclusive da opinião que o narcisismo inaugura, pela sua indiferença histórica, a pós-modernidade. Enfim, o automóvel, a televisão, o panopticon no escritório, toda uma assepsia do espaço público, reenham as pessoas para a intimidade, para um hiper investimento do eu. Para Sennett, contudo, a destruição massiva do domínio público só se verifica após a II Guerra Mundial, terminado que foi um período de longa gestação: uma tal-desintegração resulta de mudanças ligadas ao declínio do Antigo Regime e à formação de uma nova cultura, capitalista, laica e urbana. A televisão, mais uma vez, não é estranha a esta periodização. Como não é estranha, finalmente, à erosão progressiva das identidades desta segunda revolução individualista que vivemos. Com as novas formas de homogeneização do corpo social — nomeadamente e ainda através da televisão — o reforço da subjectividade e das singularidades individuais ou minoritárias é a forma encontrada de escapar a essa erosão. Há uma lógica individualista extremamente forte na sociedade pós-moderna em oposição à anterior lógica disciplinar comunicacional onde reinava a «indiferença de massa», e onde as relações de produção e à revolução se vieram substituir as relações de sedução, a informação e os narcisismos radicais.

O Gulag do Ocidente

Este último quartel do século XX tem sido esclarecedor no que concerne às respostas a dar à unilateralidade da televisão de massa — já que não há uma resposta para a estratégia impositiva dos media.

É comum pensar-se que todas as questões complexas ficarão resolvidas se se optar por uma estratégia de desmassificação, o que significa, em referência a Toffler e em termos de televisão, que a regionalização, as redes interactivas e a sua coordenação com os complexos multimedia, serão num futuro próximo uma resposta à televisão monolítica e passiva, dócil instrumento de massificação e consolidação de poderes políticos tradicionais (Cf. Carlos de Sousa e Brito, *A televisão, instrumento de desmassificação*, Seminário sobre TV, IPSD, Setembro 84). Nesta perspectiva há inclusive quem defenda que o final do século assistirá ao desaparecimento dos organismos únicos de televisão, espécie de «nova Reforma», tal como há quatro séculos aconteceu com os mosteiros (Anthony Smith). Em França há opiniões também perigosamente idênticas: «... com o fim da televisão de massa novas relações se passam a estabelecer entre TV, sociedade e democracia — a TV fragmentada inaugura um novo período da história (...) o telespectador deixa de ser passivo (...) a televisão passa a ser o objecto mais democrático das sociedades democráticas» (Jean-Louis Missika/Dominique Wolton, *La Folle du Logis — La télévision dans les sociétés démocratiques*, Gallimard, 1983).

Acreditar neste optimismo consensual entre universitários, políticos e grupos económicos — por estranho que pareça, resignar-se ao senso comum. Os sistemas multimedia integrados, e o regime que se anuncia dos self media acentuarão ainda mais o carácter massificador, siderante, dos media. Pelo menos, nada o pode contradizer até agora. A tirania do simulacro e do intimismo é cada vez mais o Gulag do Ocidente. A sociedade informatizada concorre para uma inevitável individualização das actividades e consequente crise de identidades e da própria subjectividade. A questão não está sequer no possível uso regressivo ou emancipador dos meios de comunicação. As grandes reformas e altas autoridades de nada servem.

Caminhamos, sem dúvida, para a dissolução dos monopólios de televisão de Estado, mas esse apesar de todas as críticas o princípio do monopólio tem sido mantido na Europa é porque os responsáveis políticos reconhecem por-lhe fim em benefício de organismos privados, de igual forma poderosos e gigantescos, mas que estariam nas mãos de interesses comerciais por detrás dos quais se poderiam esconder inquietantes lobbies e vontades políticas obscuras. Em virtude dos constrangimentos técnicos — limitação das frequências — a ruptura do monopólio não poderia criar senão televisões idênticas que teriam os mesmos defeitos que os organismos de serviço público sem dar as mesmas garantias de respeito pelo interesse geral. Esta a defesa de Robert Wengermé, no Conselho da Europa, em 1974. Aos monopólios seguem-se, pois os oligopólios. Mas, como vimos atrás, as questões principais não passam por aqui. Se me é permitido, que venham os oligopólios, o cabo, os piratas!

Uma das particularidades mais dolorosas deste século, talvez a grande ferida narcísica do século, é efectivamente já não nos reconhecermos nos media que manipulamos. A própria descontinuidade entre o homem e a máquina já foi ultrapassada. Tudo é efeito do social. E nós, todo o corpo social, estamos condenados a ser animais sacrificiais, no dizer de René Girard. Aguardamos assim, com uma certa passividade, a institucionalização dos gigantescos processos de simulação. Aliás, os media já nos habituaram a acolher com naturalidade que em caso de «dia seguinte» o melhor é ter morte imediata. Bom, concluíamos com o optimismo de Octavio Paz: «McLuhan disse que a TV inaugurava a aldeia global. Eu creio o contrário. Penso que essa uniformidade de significação a morte. Creio no pluralismo, creio na vida.»

Glória à bomba nas alturas (teias que a TV tece)

Rui Cádima

É frequente fazê-lo mas não é legítimo, de facto, considerar o tom apocalíptico deste final de século como sendo uma espécie de repetição cíclica dos mitos milenaristas, dos pavores e dos medos que afligiram a Europa nos séculos X-XI. Simplificando, o nuclear, hoje, não é a vinda do Anticristo nem o Juízo Final. É pior.

As questões não são nem paralelas nem se encontram num ponto comum. Distam, por assim dizer, apocalipticamente. No limite, a dezimada Europa do século XIV, por exemplo, reduzida a um terço da sua população, era uma Europa profundamente crente, refugiada no transcendental, onde qualquer mortal redigia o seu testamento começando por recomendar a alma a Deus, à Virgem e aos Santos. Hoje, há quem exija que as universidades norte-americanas possuam cápsulas de cianeto em quantidade, para distribuir a quem quiser em caso de holocausto nuclear.

As coisas mudaram, sem dúvida. O deus de hoje é a bomba. Dela somos os escravos ao mesmo tempo que somos os mestres. Para os mais pessimistas, como René Girard, o Apocalipse nem sequer será mais explicado como texto — preparam-no sim como acontecimento.

É essa aliás a razão lógica da produção de filmes desiguais como *O Dia Seguinte*, *A Teia*, *War Games*, *A Terceira Guerra Mundial* (série de TV), etc.

De todos eles *A Teia* é sem dúvida o trabalho mais rigoroso. Não sendo um documento sobre um acontecimento, *Threads* consegue ser mais real do que o mosaico de retóricas da rotina televisiva. Diariamente, aquilo que a Televisão faz é sobretudo simular o real, dissimular o acontecimento, encenar, enfim, o seu gigantesco império performativo. Daí que a imagem do homem não seja mais, em grande parte, representável, muito embora ainda nos

reconhecamos n[os] outros que se encontram no lugar da nossa imagem. Barthes dizia, a propósito da fotografia, que uma foto se parece com qualquer pessoa excepto com aquela que representa...

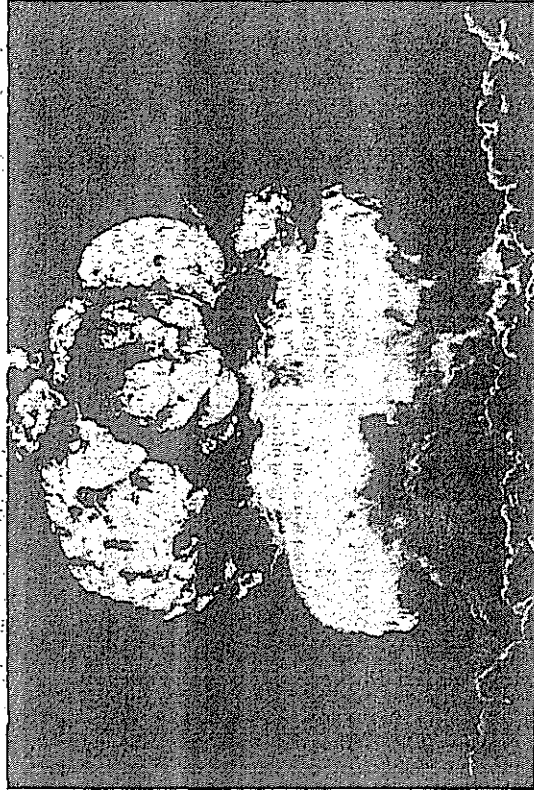
De súbito, essa estranha identificação com o terrível sofrimento do genocídio... Poder-se-ia dizer que no telefilme da BBC os referenciados emergem da opacidade, como se de irrupções do real se tratasse. Em *A Teia* reconhecemos de facto elementos isolados com sentido: não se trata já do desaparecimento virtual da imagem — somos confrontados com o limite do próprio regime de representação e a total rareficação do regime de significação.

Nos media a rareficação do sentido é constante. O que fica do ritual diário de narrativas e mitos que a TV reproduz exaustivamente, numa autêntica «vertigem» do real, é sobretudo um discurso desorganizado e «insurto», privado de sentido por abuso de linguagem, assim se constituindo em «mosaico» da grande máquina ficcional moderna.

Esse «vazio de sentido» é, no fundo, desejado pelas massas. Elas preferem, passivamente, o fascínio do medium e o seu efeito sedizante, à exigência crítica da mensagem, como bem assinalou Baudrillard. O fascínio não rejeita do sentido mas sim da sua dissimulação. Não é o sentido, nem tão pouco o aumento de sentido, que apelam ao prazer, é a sua neutralização que fascina.

Não se pode portanto dizer, de acordo com a própria «teia» que a televisão gera: que «abstracção» ou que seja «irreal» (cf. Baptista Comprimido no debate de quarta-feira passada). Bem pelo contrário, é um tanto paradoxal, mentalmente, raramente a TV se pode vangloriar de se ter aproximado tanto do real.

Por outro lado, o debate em si, «fere» o telefilme de morte. Enquanto o filme deixa antever uma resista de luz no campo da crítica da ideologia, o debate regride para os níveis da



comunicação institucional. Poder-se-ia dizer muito simplesmente que a «Grande Informação» se vira de repente na situação de «porta-voz» do Instituto de Defesa Nacional. A RTP, convenhamos, é substancialmente diferente do IDN. Falou-se de que os antarcas deveriam

ter estado presentes, mas... e os pacifistas, os jovens, os filósofos, os deficientes de guerra, os rurais, os objectores de consciência, os... em suma, a «opinião pública»? Ali, de facto, nem sequer estiveram presentes os «leaders» de opinião... Enfim, alguns jornalistas, políticos, e sobretudo militares, qual deles o mais eficiente a deformar essa mesma opinião pública.

Foi de facto a passagem da esfera institucional para a «esfera pública» que a RTP não quis fazer. Isso percebe-se até pelo alinhamento do programa (o filme terminaria à 1 h

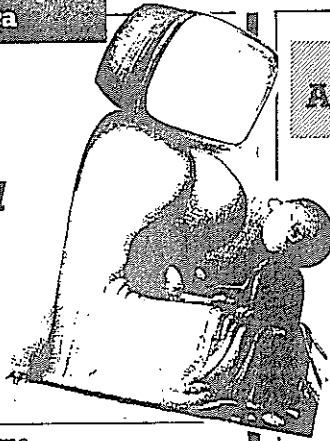
da manhã de quarta-feira). Enfim, «resistências» desnecessárias próprias de um medium que «extemporaneamente se esforçou por tocar» este presente que a sufoca.

Foucault dizia que a prova decisiva para os filósofos da Antiguidade era a sua capacidade de produzir sábios; na Idade Média a de racionalizar o dogma; na Idade Clássica, fundar a ciência; e na época moderna a sua aptidão a dar conhecimento dos massacres...

Enfim, no espaço aleatório, não-programado, «anárquico» em certo sentido, que é a televisão, seria bom que as realidades — os massacres — que nos cercam — que nos aterrorizam — fossem de vez em quando objecto de análise como quase o foram agora de forma ao fim e ao cabo, rara em termos de programação da RTP — em 27 anos de história.

16.10.84 — Jornal de Letras

A caixa que tornou mudo o mundo



A E

Rui Cádima

«Televisão — A Caixa que Mudou o Mundo» é uma nova série nas noites de sexta-feira na RTP-1. Particularidade essencial desta nova série de 13 episódios é o facto de se tratar de um projecto que pretende espreitar o umbigo do próprio medium que o veicula: pensar a televisão, utilizar-se dela para filosofar sobre ela, esquecendo por momentos o aforismo mcluhaniano «media is message», esquecendo as dificuldades que se levantam sempre que o jogo é no terreno do adversário, ou talvez não pensando sequer na forma de escapar à estratégia discursiva do medium sem escapar ao uso dos suportes tecnológicos...

O primeiro episódio, visto na passada sexta-feira, com o título *Visões do Poder*, deixa já algumas pistas sobre o que será a série no seu todo: reportagem e arquivo quanto basta e um bom requetório de ladainhas, umas pró e outras contra, do género «a TV está afanosamente a destruir o mundo» ou «a vida hoje é mais rica devido à televisão», depoimentos, enfim, que pouco esclarecerão a nossa ignorância sobre algumas das verdadeiras dimensões do «fenómeno TV».

Difícil era pois estar a seguir a transmissão do primeiro episódio sem pensar numa velha mas actualíssima análise de alguém que, não sendo propriamente um especialista nesta área, vale a pena recordar pela extraordinária clareza da afirmação em si. Refiro-me a Maurice Duverger quando afirmava que o poder da televisão era de tal forma grande que se não se adaptasse o seu regime às estruturas políticas do Estado, seriam as estruturas do Estado que se adaptariam ao regime da televisão. E adiantava: «A contradição tornar-se-á insolúvel entre uma TV governamental e um sistema democrático de sorte que a primeira acabará por esvaziar a segunda de toda a substância».

Sem dúvida que a partir desta formulação será interessante questionar a estrutura e o conteúdo deste primeiro episódio, precisamente no ponto em que as intervenções exteriores ao próprio regime da televisão — o caso de Les Brown, antigo crítico de televisão do New York Times — ou de Arthur Clarke, não foram nada estimulantes. Dizer, por exemplo, que tudo o que está mal na sociedade moderna está mal na TV, ou que uma má TV é melhor do que nenhuma, é dizer pouco. Quanto ao discurso de dentro, veiculado pelos próprios gestores, directores de informação, directores de programas, etc., representando nomeadamente estações britânicas e norte-americanas, não se podia esperar, enfim, que iludissem o paradoxo de como transformar um discurso de poder num discurso crítico...

Ora se este início de série não parece de facto famoso do ponto de vista da análise necessária do fenómeno TV neste final de século, já o seu lado documental, por assim dizer, é de facto interessante de seguir pois contém informação suficiente para uma reflexão sobre alguns dos aspectos mais importantes da questão. Assim, e em relação a uma das vertentes fundamentais do campo de análise — a dualidade *poder da televisão versus televisão do poder* — tivemos exemplos bem significativos. Em síntese: Filipinas: 1 canal para um ditador; Índia: um país, um canal, uma família; Vaticano: uma TV para um Papa; EUA: uma TV para um ex-actor; RDA: um «canal branco» (do Leste) que revê o «canal negro» (do Oeste)... Todos eles exemplos esclarecedores de como o Poder, quando pode e sabe, instrumentaliza a televisão em benefício próprio, tirando partido claro de uma «boa gestão dos meios»... Casos em que o feitiço se volta contra o feiticeiro não os tivemos neste primeiro episódio mas não seria preciso ir muito longe para se encontrar bons exemplos.

Finalmente, e na sequência do anterior, um outro aspecto de extraordinária importância é exactamente o da instituição de um vazio comunicacional decorrente da própria lógica e da coerência tecnológica do objecto TV. Daí falar-se hoje na inevitabilidade da rarefacção do sentido, esquecidas que foram as verdadeiras contradições — ou as contradições puras e simplesmente — instituída que foi uma verdade consensual, recalcado que foi tudo o resto.

Em suma poder-se-ia dizer que é um real outro, irreconhecível, alienante, castrante, enfim, aquele que dia a dia se representa, se faz norma. O mundo, de facto, está enclausurado dentro da caixa, mudo e quedo. Dizer que a sua «libertação» estava de pendente da libertação da caixa — seria uma hipótese de trabalho. Para já o que se poderá dizer é que a sua libertação poderá corresponder a uma liberalização através da criação de televisões livres e/ou locais. Essa poderá ser também uma das conclusões desta série que agora começou e que recomendamos aos que se interessam por estas questões.

■ Televisão — A Caixa que Mudou o Mundo; Produção, Granada Television, 1984; Realização, Michael Beckam, Brian Blake e Leslie Woodhead; Próximo episódio: sexta-feira, RTP-1, 21.30: «A Corrida pela Televisão»

Te

A l
de
RT
Pr
19
de
ig
C
e
di
B
e
u
re
p
u
cO
—
O
fo
St
ex
ou
a
tel
pro
Nã
em
—
194Tu
RT

O

pr
alg
se

Vi

RT

Pr

ci

OI

St

of

Q

Fr

R

7

c

d

st

o

—

F

Y

O

Ti

Re

—

M

Y

gr

lit

ca

é

di

ur

é

sc

ni

in

m

ac

ur

pe

af

Ch

qu

do

O jornalista perante a História

RUI CÁDIMA

Prolongando algumas das questões mais importantes levantadas no decorrer do seminário O Jornalismo no Ano 2000, promovido pelo «Diário de Notícias», gostaria de aqui deixar algumas pistas para reflexão em torno da importância da questão comunicacional na História, bem como em torno da função social — e histórica — do jornalista.

Houve quem dissesse, aliás, durante os trabalhos, que ser jornalista hoje deverá representar de facto uma responsabilidade acrescida em relação às demais profissões. Só por si — legítima à partida, esta observação deveria colocar a análise em torno do campo da comunicação social como decisiva e urgente. Estes e outros encontros entre profissionais, estudantes e professores de Comunicação Social, são provavelmente parte da necessária justificação de que a questão da função histórica do jornalista não é afinal tão polémica como poderia parecer. No entanto, tudo está ainda por fazer.

A pergunta que se colocará de início é esta: mas será de agora a importância «desmesurada» que se pretende atribuir à comunicação social, aos *media*, às novas tecnologias e, enfim, aos seus «mediadores»?

É inevitável o recuo à emergência da escrita. Não invocando sequer a importância que o escriba (apesar de tudo, *et pour cause*, «agente da inscrição imperial») teve em todo esse processo, vejamos algumas das consequências da extensão do novo saber ao domínio do público: para além da óbvia subordinação do sistema gráfico à voz, a ligação do homem à terra, o nascimento da agricultura e da economia de mercado; a emergência do Estado e do aparelho burocrático de dominação; a transição de universos mágicos e mitológicos para universos onde emerge a razão; a passagem, finalmente, de sociedades fechadas para sociedades abertas.

As estruturas sociais e histórico-culturais sofreriam mais tarde uma nova ruptura, exactamente com Gutenberg, na transição da Idade Média para a época clássica da burguesia. O homem surge como «o centro do mundo», emerge o Estado moderno e está embrionária a gestação de uma esfera pública crítica, anunciadora das revoluções liberais e da modernidade propriamente dita.

Na sociedade industrial e pós-industrial nova ruptura: os *media* passam a ser mais do que nunca prolongamentos da palavra do Poder; o Estado, agora «providencial», verdadeiro império normativo, hesita entre a fuga ao seu estatuto ficcional e a legitimação dos efeitos de real, nas suas diferentes figuras mediáticas de *fait-divers* ou de pseudo-acontecimento.

De facto, tal como defendia Baudrillard, o que caracteriza a sociedade de consumo é a *universalidade do «fait-divers»* na

comunicação de massa: «Toda a informação política, histórica e cultural é acolhida sob a mesma forma, simultaneamente anódina e miraculosa do *fait-divers*. Actualiza-se integralmente, isto é, aparece dramatizada no modo espectacular — e permanece de todo inactualizada, quer dizer, distanciada pelos meios de comunicação e reduzida a sinais. O acontecimento irrelevante não constitui pois uma categoria entre outras, mas a categoria cardeal do nosso pensamento mágico e da nossa mitologia.» (1)

Ora, se os *media* pós-industriais pulverizam radicalmente o quadro de referência do real, se dele nos dão um modelo sem referente, então é a própria realidade que deixa de ser realista, como significativamente Inês se lhe referiu. O que fica, na verdade, do ritual diário de narrativas e mitos que os *media* reproduzem exhaustivamente, numa autêntica «vertigem» do real, é sem dúvida um megadiscurso desorganizado privado de sentido por abuso de linguagem, por extrapolação do real, constituindo-se assim em «mosaico» da grande máquina ficcional moderna.

Perante um tal quadro, é evidente que uma das possíveis alternativas residirá na emergência de um discurso mediático de ruptura, ruptura com uma prática, uma estética, uma «ética» onde mais uma vez o jornalista terá um papel central, aliás, papel tanto mais importante quanto a crise que ele próprio mantém se avizinha de um esgotamento da «rentabilidade» dos processos de sedução e encenação, de uma crise do próprio discurso simulacral, remetendo a História para uma espécie de «estado de coma» e o sujeito histórico a uma quarentena de cujo silêncio se vê com dificuldade sair. E votando o social a um tal ostracismo, retém inapelavelmente o próprio processo de mudança.

Deter os *media* é deter a História

Processo de mudança, julgamos dizer bem. Vejamos: o verdadeiro grande mestre de McLuhan, o professor canadiano (economista, historiador) Harold Innis, foi quem primeiro percebeu algo tão simples como isto: o processo de mudança social, histórico-estrutural e tecno-económico varia e evolui com as próprias formas da tecnologia dos meios de comunicação e do discurso que veiculam. Mais: o advento e a queda das civilizações e as mudanças culturais podem ser en-



tendidas em primeiro lugar em função mesmo da forma predominante de comunicação. De facto, quando se reconhece em McLuhan a novidade, a complexidade, de um aforismo como *media is message*, ou a defesa de que, por exemplo, o declínio do Império Romano se poderia sustentar quase exclusivamente pelo declínio dos suprimentos do papiro, esquece-se que a grande contribuição epistemológica tinha sido de facto avançada por Harold Innis. Quer isto dizer, portanto, que as formas de Estado, de organização social e política, as estratificações culturais, a própria identidade do tecido social estruturam a sua genealogia, o seu desenvolvimento, em função das próprias mediações simbólicas e tecnológicas.

Daqui deriva uma outra questão não menos importante: Se atendermos a que qualquer função de comunicação pressupõe uma função de subordinação, então poder-se-á facilmente verificar que ao modificar um determinado sistema de comunicação, qualquer que ele seja, o novo *media*, tecnologia ou mesmo discurso introduzido, transformará não somente o sistema sociocultural em questão mas também o próprio modo de dominação. E é disso afinal que se trata.

Resistência à domesticação

Dizíamos que o homem mass-mediático, o sujeito histórico, sobrevive ao estado litérgico, isto é, corre o risco de «extermínio» perante o actual fluxo de coacção mediático, perante a ordem *modelizadora* que escapa ao real, perante a desestabilização das identidades e o que daí se rebata na própria individualidade e no sentido das coisas. Nada de apocalíptico se deve extrair daí, pelo menos para já, uma vez que os «sobreviventes», digamos assim, são os primeiros a resistir através dos diferentes processos de singularização, da-

quilo a que Guattari chamou as «subjetividades dissidentes».

Veja-se que do *racabamento* da modernidade às sucessivas rupturas que percorrem a constituição de dramaturgias pós-modernas, das micropolíticas do quotidiano às revoluções moleculares há uma constante de dissidência, de fuga à domesticação, que se tem vindo a fazer, sem grandes resultados provavelmente, à lógica de progressiva desmaterialização ou pura e simples omissão do sujeito histórico. Importa que esse processo em *movimento* não seja estancado. Como dizia Paul Virilio, dando um exemplo radical do «extermínio» a que nos referimos, veja-se que a guerra total moderna define-se exactamente pela *ausência do humano*, pela *delegação última ratio* da decisão de declarar a guerra a sistemas inteligentes, os únicos capazes de reagir em «tempo real» a outros aparelhos do mesmo tipo.

É de algum modo na exploração das pequenas narrativas, na arte dos pequenos passos, nos discursos da diferença, que o sujeito, ainda que desestabilizado na sua autonomia, se furta a essa «ausência» e joga como que a auto-suficiência do seu processo de singularização, do seu processo de mudança, do seu movimento próprio. O facto de daí resultarem muitas vezes os conhecidos desregramentos, desvios, delírios, o facto de aí residir a raiz de novos intimismos, de novas crises, de aí se constituírem novas comunidades intersticiais, por assim dizer, é também prova de que se procura em todo este processo inflectir o sentido despótico da dominação, ou pelo menos que se quer ver jogado com suficiente autonomia para ter capacidade de *criar* por si só, independentemente dos fluxos de coacção dos mecanismos de gestão mediática do poder.

Retomando o campo do *media*, a questão que se põe é esta: a história dos *media* tem sido de

alguma forma a história de um fluxo mediático de dominação unívoco, totalizante, de reprodução infinita do acontecimento neutralizado nos signos e nas narrativas que pretendem referenciar um real distante; manter esse fluxo é manter o real à margem dos *media*, cuja lógica discursiva não se incompatibilizou de todo, afinal, com o acontecimento. É provável no entanto que a próxima década, apesar dos avanços já realizados no domínio do vídeo interactivo, nos traga não um regime biunívoco, mas sobretudo uma explosão de univocidades, de pequenos fluxos, numa espécie de resposta aos inúmeros constrangimentos criados pelo actual modelo de mediação e de dominação.

É essa uma das formas que o sujeito *operativo* pós-moderno tem de deixar a sua condição de sujeito passivo perante o modelo de comunicação, para ensaiar a pulverização desse mesmo modelo a partir de uma revolução molecular, intersticial, necessariamente minoritária, ou para dizer as coisas mais claramente: não oficial ou não monopolista, no mínimo — quer se trate de resistir dentro ou fora do sistema mass-mediático em si.

Libertar os *media*

Daí, por exemplo, Umberto Eco, nos seus artigos de finais dos anos 70, sobre as rádios livres italianas, falar de uma «nova era na liberdade de expressão». Se para U. Eco a libertação das frequências era a prova de que em Itália se vivia efectivamente uma crise de consenso social, para Felix Guattari a questão colocava-se de forma mais complexa: a evolução dos meios de comunicação de massa, nos seus percursos contrários (por um lado, os sistemas hiperconcentrados, controlados pelo aparelho de Estado e instituintes das normas dominantes; por outro, os sistemas miniaturizados, que abrem, segundo Guattari, a possibilidade de uma apropriação colectiva dos *media*, incluindo as minorias, os marginais e todo e qualquer grupo «desviante»), tinha, na sua vertente minimal, e concretamente no caso italiano, uma característica nova, «não oficial» pelo menos, ao contrário, de facto, do que acabou por acontecer em França, com a atribuição de frequências a quem assegurasse pela sua representatividade a «boa emissão», por um lado, e por outro com a perversão da democraticidade da legislação com a monopolização das ondas «livres» por parte de grandes grupos económicos.

Ora é exactamente a via aberta pelas rádios livres que, segundo Guattari, parece ir (ou deveria ir) contra um espírito de especialização, ameaçando assim «os sistemas tradicionais de representação social, pondo

em questão uma certa concepção do porta-voz autorizado, do líder, do jornalista (...).» Para Guattari «é num contexto de experimentação de um novo tipo de democracia directa que se inscreve a questão das rádios livres. A palavra directa, a palavra viva, plena de segurança mas também de hesitação, de contradição, até mesmo sem sentido, é portadora de cargas consideráveis de desejo. É sempre esta parte de desejo que tende a reduzir, a decantar, os porta-vozes, os intérpretes, os burocratas de qualquer natureza (...).» Radical, certamente, a contribuição de Felix Guattari não deixa de ser pertinente. Ele conclui, finalmente, que «a língua dos *media* oficiais é decalcada das línguas policiais, dos meios dirigentes e da Universidade; tudo conduz, com ela, para um corte fundamental entre o dizer e o fazer. Só têm o direito de fazer aqueles que são detentores de uma forma lícita de dizer. As línguas do desejo, pelo contrário, inventam novos meios e têm uma tendência incoercível para passar ao acto; elas começam por «tocar», por fazer rir, por transformar, depois dão vontade de «ir direito», direito àqueles que falam, direito ao que está em jogo (...).»

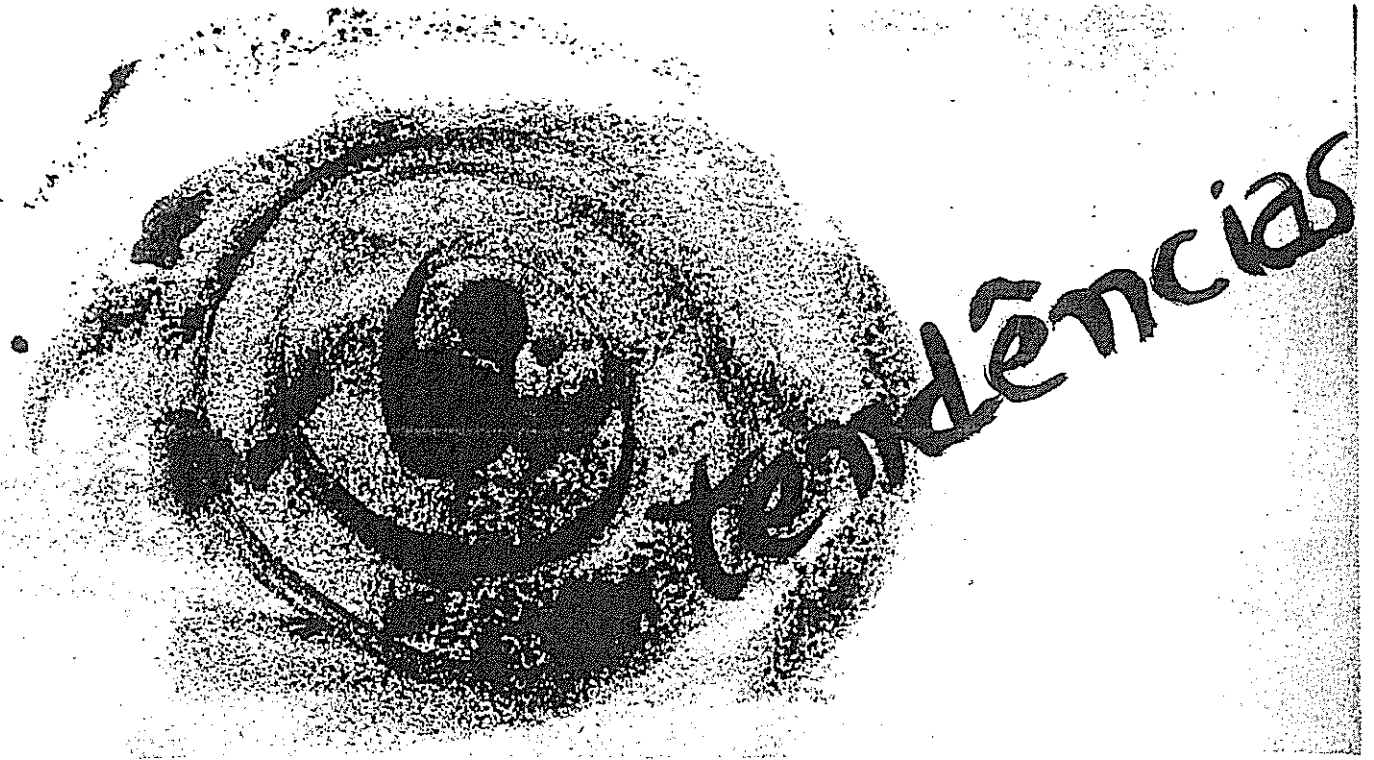
A questão é que «a via aberta pelas rádios livres», bem como a via que as televisões «livres», locais ou regionais, deveria abrir, está a fechar-se. Os exemplos italiano e francês provam-no à saciedade: a «cacofonia» à italiana faliu, em todos os sentidos do termo, e em França já se sabe que Mitterrand não terá nada que se pareça com as 40 estações regionais por si anunciadas no início do ano. Bem pelo contrário, são os «impérios» do audiovisual estranhos aos interesses da França (Murdock e Berlusconi) que Mitterrand tem, neste momento, «à perna». Acresce, por isso mesmo, a responsabilidade dos «mediadores» da comunicação social, dos jornalistas, de todos os profissionais em geral que acabam por não poder construir alternativas onde elas pareciam surgir com uma maior viabilidade.

O actual sistema *mass-mediático* contém em si, muito provavelmente, os germes da canção e tudo leva a crer que o *movimento* a criar, a *resistência* a desenvolver, deva dirigir-se concretamente a partir da consciência de cada um, da sua formação, deva ser «localizada» e, sempre que possível, lute por libertar a partir de dentro as «línguas de desejo» de que falava Guattari, as línguas do social censuradas por essa espécie de autismo que o *media* em geral tem alimentado na sua ansia mórbida de serem apenas a voz do dono.

Notas:

(1) Baudrillard, Jean, *A Sociedade do Consumo*, Lisboa, Edições 70, 1976.

(2) Guattari, Felix, *La Révolution Moleculaire*, Paris, UGE, 1980.



Para espreitar a próxima década, várias “bruxas” leram FUTURO na sua bola de cristal. Da Televisão ao teatro, apostamos nos anos noventa. Leia o dossier e não espere pelo tédio (página 29). Arrisque. Vista-se de novas peles para enfrentar o mundo (centrais).

televisão

ZAPTV

FRANCISCO RUI CÁDIMA

Nos limites da grande narrativa televisiva, no lugar de saturação do modelo, lá onde se desespera pela ausência de respostas, pela manutenção até à exaustão de uma pedagogia do que já foi esquecido, encontram-se, em transe, telecomandos na mão, todos os *zappeurs*.

Aparentemente em estado hipnótico, aguardando justamente e apenas uma imagem, dessintonizado do alvo do seu próprio olhar, o *zappeur* viaja no seu nicho tecnológico ao interior de si próprio em pleno êxtase sinestésico ao mesmo tempo que prime sem regra tecla a tecla, «varrendo» canais atrás de canais, procurando o sinal súbito de parar, de se deter perante uma imagem, apenas uma imagem.

Desliga então o seu complexo dispositivo vídeo, com capacidade para recepção DBS de uma centena de canais de alta-definição, com CDV, conectado com diferentes bases de dados de sofisticados videoserviços integradas em redes digitais (RDIS).

Pára por momentos, olha agora o écran negro, repara no reflexo da sua imagem, aproxima a mão da superfície do televisor e sente pequenas cargas eléctricas em repouso passarem-se para dentro de si, como se pensasse ser essa electricidade estática a única coisa a poder ainda habitar o seu corpo, o único cruzamento possível com aquele objecto-Babel, espécie de excrescência da doxamania, de todos os lugares-comuns.

On, de novo. Introduce um CDV gravado há uma boa dúzia de anos pelo pai: «Max Headroom», à mistura com uns clips da época,

da animação. Mas sobretudo a história: a televisão que não deixava mudar de canal, uma rede pirata, mais do que pirata: criminal. A inevitável e inelutável sintonia do canal «único»! «Que ditadura mais horrível o estar adstrito sempre ao mesmo canal — e, no entanto, os primeiros trinta anos de televisão o que foram senão isso?» — pensa o *Zappeur* — «E agora o que teria mudado? Muitos canais, repetição de modelos, imagens que citam imagens, e isto que se vê — marketing social: ‘mais seguran...’, agora em 3-D...»

Óbvio: multiplicado o fenómeno de *anacoresis* através do regime de indiferença a que o *zappeur* é submetido, a velocidade a que passam os acontecimentos televisivos não só evidencia que *nada disso está realmente a acontecer* como quebra esse círculo encantado que permitia ainda acreditar que por aí passava o sentido da história: definitivamente passa apenas por aí o sentido da televisão, a ‘consciência televisiva do mundo’, não de olhar único, orwelliano, mas caleidoscópico, mitologizante — é o retorno da maioridade do receptor. É também o desaparecimento da obra no fluxo, na logor-reia discursiva, desaparecimento do conteúdo no continuum, elisão do autor pela ‘máquina produtora’.

Supõe-se, por exemplo, que o novo receptor converge com a crise do modelo público da televisão, derivada dos seus impasses, seguidismo das estratégias privadas, perda da iniciativa na produção. Mas também com a progressiva fragmentação/especialização de redes e do cabo; também com a crise e natural revisão de estratégias e discursos da publicidade devido ao *zapping*, o que pode naturalmente operar algumas transformações no próprio modelo tradicional de programação e informação.

Por enquanto é ainda válido o princípio de que a política se tornou com o actual dispositivo televisivo numa questão de imagens e dos seus efeitos vistos através das sondagens. É possível que a expansão das redes obrigue à própria revisão do modelo desta estratégia, permanecendo o princípio...

Mas o maior cinismo com que se pode acolher os tempos emergentes do *zapping* está em crer que as sociedades desenvolvidas de

13

O MUNDO MESMO
NTES DE ACABAR. As
perpetências decidiram dar a
mesmas um intervalo. Resta
o mundo saber aproveitá-lo.
Um texto de Alexandra Prado
Coelho.

10

INSÓNIA. Um movimento
do passado que vivia o futuro, ou
seja, o seu "nosso tempo". São os
futuristas do início do século.
Um texto de Andreia Novais da
Fonseca.

14

A TRIBO E A JUNTA DE
FREGUESIA. Os olhos dos
europeus estão postos em 92.
Até agora pouco parece ser obs-
táculo à realização do desejo
comunitário, mas serão as tribos
a dar a última palavra. Andreia
Novais da Fonseca explica por-
quê. Fotografia do filme
"Powagqatsi".

SUMÁRIO

Director: João Paulo Cotrim; **Redacção:** Alexandra Prado Coelho, Andreia Novais da Fonseca, João Manuel Rocha, João Paulo Cotrim; **Grafismo e Maquetagem:** Renato Godinho; **Colaboradores Permanentes:** Adolfo Dias, António Pires, Cláudio Berchielli, Diniz Lobato, Elisabete Camelo, Felipe Carrion, Jan Banning, José Ferreira, José M. Morais, Klaru-K-Kent, Renato Freu, Rui Eduardo Paes, Rui Pereira, Will Tinnermans, Sílvia M. Cunha; **Colaboraram neste número:** Alvaro Vieira Simões, António Bolanos, António Luís Ferronha, Carlos Maciel, Eduardo Guerra, Ezequiel de Sena, Francisco Rui Cádima, Ian Gittins, João Pedro Botelho, Miguel Alves, Mimi, Paulo Gomes, Pedro Barbosa, Roman Gubern, Teresa Barrau; **Intercâmbio:** Feriaque, IPS; **Secretária de Redacção:** Matilde Brás; **Publicidade:** Genoveva Morais, Margarida Maurício; **Editor:** MFCR, Lda. **Redacção, Administração e Publicidade:** Av. de Roma, 93 c/v Esq., 1700 LISBOA — Tel. 736655; **Número de Registo DGCS:** 112215; **Número de depósito legal:** 16198/87; **Fotocomposição, Montagem e Impressão:** Arquimé, Lda.; A responsabilidade dos artigos assinados pertence aos seus autores. E também não nos responsabilizamos pela devolução dos originais não solicitados.

PROJECTO
CONSIDERADO
PELA
S.E.C.
COMO
DE
RECONHECIDO
MÉRITO
CULTURAL

6

VOCÊ É UM SOBREVIVENTE? De um momento para outro a Humanidade viu-se envolta na praga bíblica do trabalho. A idade do ouro transformou-se na idade do tédio. Um texto para se imaginar nas sociedades da abundância.

16

SÍNDROMA DA CENTRAL. Os projectos portugueses que ficam por aí ou que tentam ir para além... João Rocha escreve sobre eles.

30

O QUE VESTIR PARA ACABAR. Não é a moda desta primavera. É a moda do fim do mundo ou da próxima década. Modelos de Renato Godinho para olhar. O texto de Alexandra Prado Coelho explica como imaginar.

29

DIÁRIO DE UM HABITANTE. O ano é 2016. O dia-a-dia é uma seca. O desespero é de Ezequiel de Sena e o desenho de Mimi.

20

TENDÊNCIAS. Já chega de passado. Antecipámo-nos e analisámos o futuro. Sabemos como vão ser, nos anos 90, o Teatro (por Pedro Barbosa); a Dança (por Carlos Maciel); a Música (por Eduardo Guerra); as Belas Artes (por Alvaro Vieira Simões); a Televisão (por Francisco Rui Cádima); e a Política (por João Paulo Cotrim).

8

O VASO QUEBROU-SE. O texto à preguiça noutras sociedades, de lazer. António Luís Ferronha diz-nos como se sentem os portugueses do século XXI.

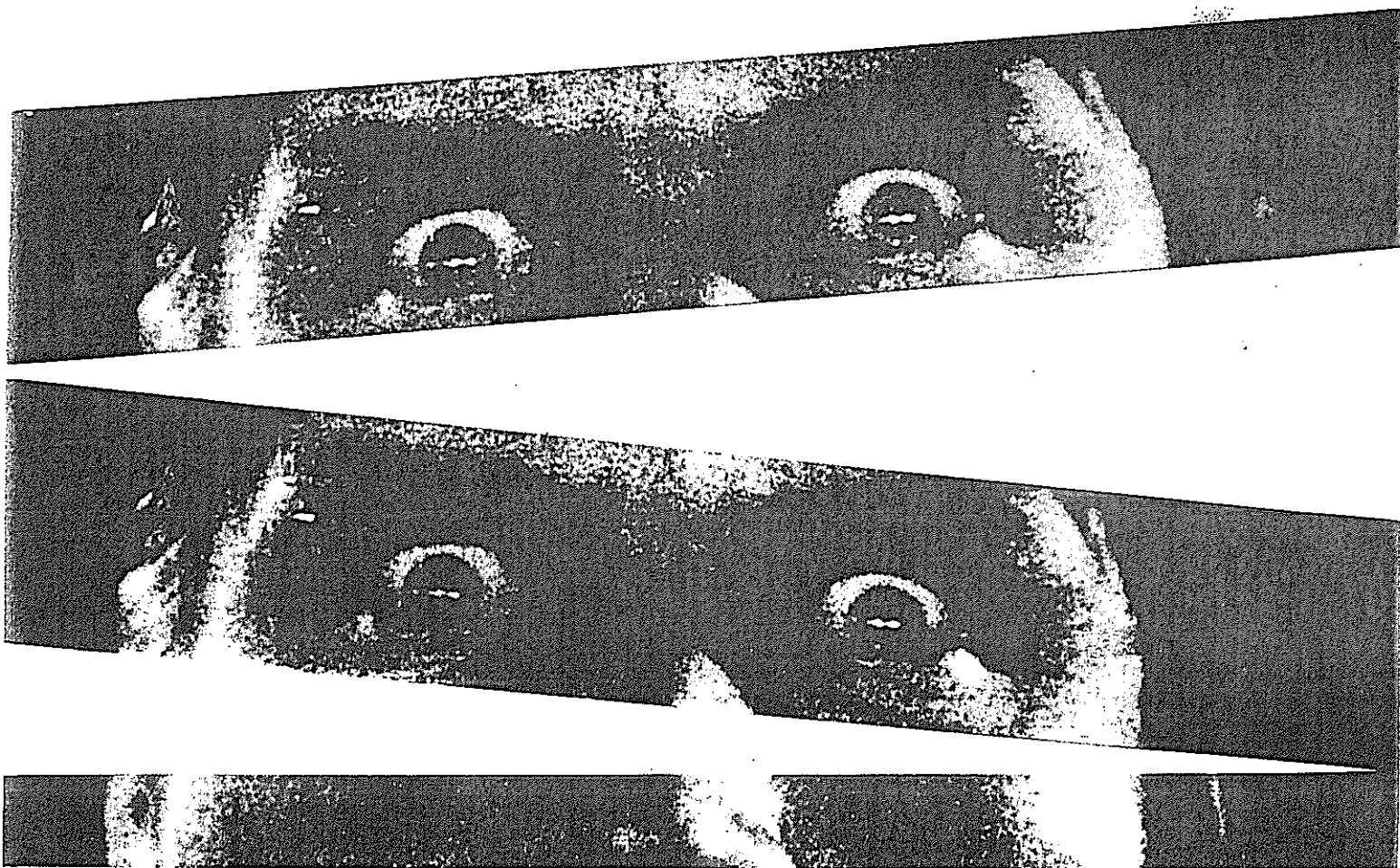
19

OUTROS FINS. A SIDA, a doença do nosso século, poderá alterar o que se avizinha. Um texto de Andreia Novais da Fonseca.

OLUNCHEM

momento e movimento

II SÉRIE • NÚMERO 3 • MENSAL • MARÇO / 89 • 200.0



A televisão

SE é verdade que a «civilização do livro» se pode caracterizar pela predominância de um texto, pelo «livro arquétipo», pelo verbo; se, nomeadamente, a impregnação bíblica do Ocidente contribuiu fortemente para modelar a nossa visão do mundo, a nossa cultura, a nossa consciência, será possível que a «civilização de imagens» que se anuncia nos possa reorientar outro texto arquétipo, o que transcorre exactamente da litania diária de paixões e de convenções do inventário televisivo? Dito de outro modo e em jeito de *boutade* McLuhaniana: se a Bíblia foi a *tele-visão* dos dois primeiros milénios, será a televisão a *bíblia* do terceiro milénio?

Aparentemente, não: os *ecosistemas* sempre tiveram tendência a regular-se a si próprios — e o que se está a viver agora no âmbito do sistema audiovisual europeu poderá ser um sinal de inversão.

Seja qual for o papel reservado no futuro para a televisão, ela é hoje — tem sido, pelo menos, ao longo dos últimos trinta anos — um dispositivo de particular relevância, ascendeu obviamente à dignidade histórica, é uma máquina de *consensus*, um meio referencial e vinculativo das comunidades ao nível dos imaginários, do consumo, da informação. O processo de fragmentação do sistema audiovisual a que temos vindo a assistir no final dos anos 80, nomeadamente nos países mais desenvolvidos, anuncia, entretanto, uma nova era da televisão. É exactamente à luz das mutações que se anunciam que se deverá reflectir sobre o futuro

do sistema audiovisual em Portugal.

Diferentes têm sido os pensadores a insistir, por exemplo, na ideia de que a Comunidade Europeia ou será cultural e comunicacional ou nunca será comunidade. Também aqui a História parece repetir-se: inevitavelmente, ao tráfico de notícia, às mutações nos próprios modos de comunicar e nas tecnologias da informação, sucede um novo tráfico da mercadoria. Daí que Simone Veil tenha considerado o Audiovisual como factor de unidade europeia por excelência. Mas se a *malha* comunitária se estende a partir do centro da Europa e a partir do excesso hertziano, a leste o fenómeno tem repercussões distintas: veja-se a irrupção dos nacionalismos adormecidos, veja-se a nova tolerância política, veja a Polónia, a Hungria, a URSS.

Dir-se-ia, assim, que o sistema audiovisual, mesmo com as condicionantes que se conhecem, apresenta virtualidades insuspeitadas, actua como agenciador, provocador — mesmo por antítese — dos valores mais profundamente arraigados no inconsciente colectivo.

Mas será importante, também, não esquecer o *efeito boomerang* da televisão: qualquer apropriação indisfarçada dos seus processos discursivos torna-se, *temporariamente*, é certo, uma apropriação dos corpos e do *socius*. A *nova televisão* coloca-nos, portanto, perante outro tipo de questões.

Por exemplo: resolverá a abertura da televisão à iniciativa privada (e a abertura ao satélite, ao cabo, ao *pay-per-view* e às redes transnacionais) o problema-televisão em Portugal, isto é, será que através da introdução do sistema de duopólio (e das redes afins) *mais* televisão querará dizer *melhor* televisão?

Fazer uma televisão à nossa imagem. Fazer da televisão a ágora da nova democracia comunitária e dos homens aos aedos do milénio das imagens

Ou ainda: será que a lógica fragmentária da televisão dos anos 90 é compatível com o modelo televisivo tradicional comum à televisão pública e à privada?

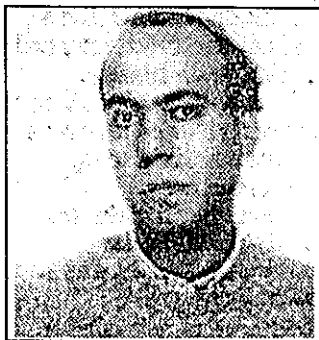
Destas duas questões prévias se infere que, em primeiro lugar, é imperioso ver mais para além do regime de desregulamentação previsto; em segundo lugar, é imperioso que a superação da lógica duopolista se faça não só no plano jurídico, mas sobretudo na prática, isto é, actuando desde já no sentido de pensar privilegiar uma «terceira via» ou um «modelo alternativo» ao duopólio, alternativa que deverá existir não só a nível nacional como também a nível regional.

Quanto à questão que se nos coloca — a questão estratégica — é importante relembrar como ponto de partida a proposta proveniente da reunião de Viena, em Dezembro de 1986, dos ministros europeus da Comunicação, onde se defendia que o conceito de serviço público de televisão fosse extensivo também aos operadores privados. Proposta que, aliás, foi posteriormente adoptada na directiva comunitária de Março de 1988.

Ora, partindo deste pressuposto, válido em si mesmo, seria possível imaginar um qua-

* Assistente do Departamento de Comunicação Social da Universidade de Nova de Lisboa.

nos anos 90



Francisco Rui Cádima *

dro centralizado do sistema audiovisual em que de facto se poderia argumentar que o Estado passaria a gerir não só a televisão pública como também a televisão privada...

Será contudo utópico aceitar que a «moralização» do sistema pudesse resultar de uma aplicação pura e simples da directiva: exactamente pelo contra-senso dos operadores privados tornarem-se, nas condições requeridas, «serviço público». Os últimos anos, quer em França quer em Itália, têm-no demonstrado. Tudo se complica, no entanto, quando, ao não seguirem o princípio do serviço público, as televisões privadas arrastam consigo a própria televisão pública. Deslegitimando o Estado, é a lógica comercial que impera...

Tudo se resume, aqui, a salvaguardar, a salvar, o próprio serviço público de televisão do Estado como provavelmente o único garante, nas circunstâncias actuais, das próprias condições de possibilidade de um «serviço público de televisão». E aí seríamos adeptos de uma lógica intervencionista... Todos sabemos o que significa — e a que é que tem conduzido — a célebre frase «a televisão existe não para produzir programas mas para produzir públicos»... Porém, esta lógica reguladora

conduziria à manutenção do modelo tradicional de televisão que todos sabemos esgotado. A actual lógica de desregulamentação do sistema audiovisual deve por isso ser repensada. Desregulamentar, isto é, criar condições legais ao aparecimento de operadores privados no audiovisual, tem sido, no fundo, um pouco por toda a parte, criar alternativas aparentemente neutras em que se persegue ainda um sistema em crise de auto-referência do Estado, não sendo assim observada uma autêntica abertura desse recurso raro — o espaço hertziano — à sociedade civil.

Para que essa abertura não se torne num eufemismo, não seja uma pseudoliberalização, é importante não só assegurar a compatibilidade entre a lógica concorrencial e o serviço público de televisão, para os operadores públicos e privados dos canais nacionais, como também legitimar a presença do Estado no sector através do investimento desinteressado num *modelo alternativo de televisão* adequado às novas modalidades de articulação entre a oferta tecnológica e as multiplicidades discursivas. Essa será talvez a única forma de o Estado regular o que naturalmente tem tendência a transformar-se na antítese de *serviço público*.

Se há vontade política em mudar as mentalidades, em transformar o «pessimismo da inteligência» no «optimismo da vontade», enfim, em mobilizar as consciências e as práticas, não basta mudar apenas a lei e a técnica: importa sobretudo mudar os processos discursivos onde eles são decisivos — no campo dos *media*.

O que está pois em causa é o modelo alternativo. Pensamos inclusive que uma das contribuições maiores que Portugal poderá levar à Europa na próxima década é exactamente um *novo modelo de televisão*. Te-

mos as melhores condições para o conseguir: somos um «pequeno laboratório», detemos a arte dos pequenos passos, o labor dos velhos artífices, podemos dar aqui novos mundos ao mundo. Estamos a dá-los: no cinema, por exemplo.

E porque não na televisão? Importa para isso ter a ambição maior de não seguir modelos, de marcar a nossa diversidade. Fazer uma televisão à nossa imagem. Fazer da televisão a ágora da nova democracia comunitária e dos homens os aedos do milénio das imagens.

É fundamentalmente nas futuras televisões locais e regionais, na cablagem (a que não tem sido dada a devida atenção pelo sistema jurídico-político) e na reconversão, numa primeira fase, do sistema duopolista do audiovisual em sistema multi-complementar (nacional/regional; geral/temático) que se encontra o novo território a explorar, o novo espaço incomensurável de imagens, rosto, expressões, vontades, a matriz de um modelo em reciclagem, a matriz da televisão alternativa. Alternativa ao «velho modelo» de 30 anos, alternativa às redes transnacionais que alastram a partir dos «centros» do mundo. Alternativa aos excessos mercantis do mercado de imagens.

O problema finalmente não está em verificarmos o *consolo remoto* ou a *emancipação* do telespectador a partir da multiplicidade de ofertas. O problema está em encontrar em cada unidade do processo de descontinuidade e indiferença — que é a lógica da televisão dos anos 90 — a multiplicidade. E em sair da estrutura em árvore para a estrutura-matriz. A estrutura comunicacional do futuro é interactiva, é comutacional, descentralizada, celular. Aceitemos esse repto. Preparemos desde já o nosso sistema audiovisual para essa profunda mutação que se anuncia.

D O C U M E N T O

O audiovisual é um factor de unidade europeia por excelência.

Simone Veil

O objectivo cultural específico não pode existir senão na televisão pública.

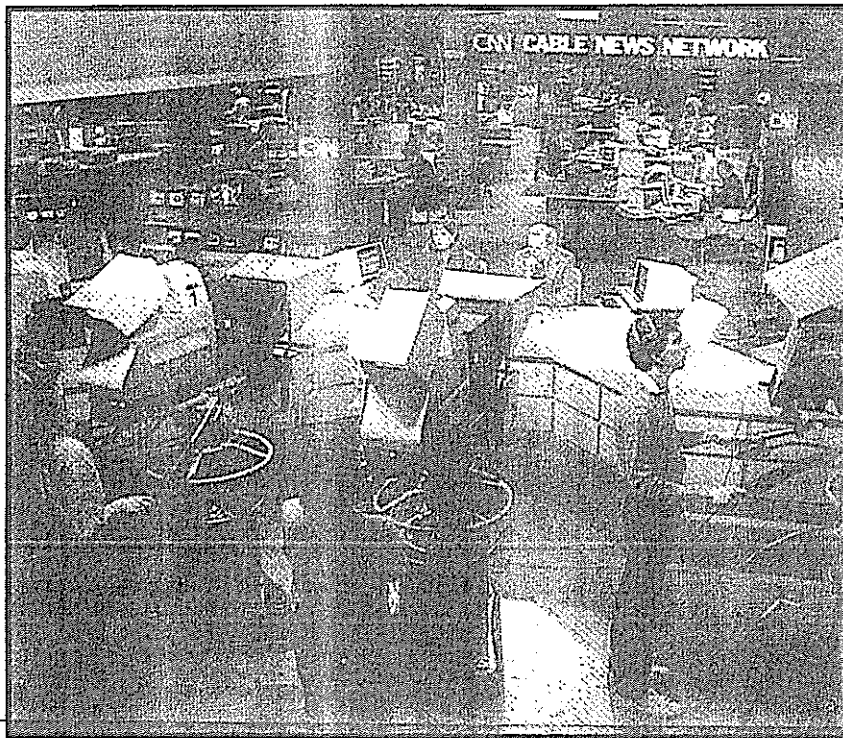
Jacques Rigaut

O cinema unifica o mundo, quer dizer, americaniza-o.

Upton Sinclair

Enquanto sector prioritário na actual política comunitária, o audiovisual tem vindo a preocupar seriamente a Comissão Europeia. De facto, os europeus não renunciaram voluntariamente a ver programas americanos em televisores japoneses... eles adoram fazê-lo. É portanto do antídoto para este estado «natural» das coisas que a Comunidade tem vindo a tratar nos últimos anos, só tendo agora chegado a um tímido acordo na sua reunião de 13 de Abril no Luxemburgo. Faça-se então uma rápida radiografia de todo este processo.

O Parlamento Europeu, na sessão do passado dia 24 de Maio, viabilizou a legislação aprovada pela Comissão. Apesar de a considerarem «imprecisa» e «ineficiente» os deputados optaram por não provocar o vazio jurídico nesta área uma vez que — sabe-se de antemão — o Conselho de Ministros não retine consenso sobre a matéria, e portanto não poderia fa-



FRANCISCO
RUI CÁDIMA

O AUDIOVISUAL e a Europa comunitária

zer aprovar por unanimidade na reunião do próximo dia 14 de Junho as emendas da Assembleia. «Alguma legislação era melhor que nenhuma» — é o triste epitáfio que o monstro regulamentador gerou, e paradoxalmente, com ele, a mais pura desregulamentação, deslegitimando-se a si próprio, desresponsabilizando-se dos serviços públicos de televisão que os Governos nacionais administram, deixando a paisagem audiovisual europeia à mercê de ventos e marés, e assim, suprema ironia (!), voltando aparentemente quase tudo ao princípio, isto é, ao tempo do Tratado de Roma e ao arbítrio do mercado!

Não sendo propriamente uma pioneira na abordagem do problema (note-se que no Conselho da Europa estas discussões remontam aos anos 60), a Comunidade cedo se deu conta de que se tratava de uma questão essencial para uma integração plena, tendo começado por se referir nomeadamente à natureza do serviço de radiotelevisão da pior maneira, como é óbvio hoje, isto é, integrando-o no âmbito de aplicação de normas relativas à livre circulação de produtos.

Na segunda metade dos anos 80 pudemos entretanto assistir a uma certa inversão na estratégia comunitária, se bem que por exemplo o «Livro Verde» *Televisão sem Fronteiras*, de Junho de 1984, ainda referisse como essencial a criação de um «mercado comum da radiodifusão», nomeadamente por satélite e por cabo, facto que veio a criar grandes incompatibilidades entre a Comunidade, o Conselho da Europa e a União Europeia de Radiodifusão, não reconhecendo estes últimos organismos competência à CEE para decidir sobre questões do âmbito cultural como era, segundo eles, a «radiodifusão».

Assistiu-se portanto a uma progressiva identificação do fenómeno audiovisual com a esfera da cultura, sem ter sido esquecida obvia-

Os europeus não renunciaram voluntariamente a ver programas americanos em televisores japoneses. É o que conclui Francisco Rui Cádima, do departamento de Comunicação Social da Universidade Nova de Lisboa. Mitterrand avançou uma proposta: um sistema audiovisual europeu que se estenda ao Leste. Serão os Jogos Olímpicos de Barcelona o primeiro teste desse sistema?

mente a sua importância no contexto económico europeu e extra-europeu. Disso foi prova o Relatório Barzanti, aprovado pelo Parlamento Europeu em Janeiro de 1988, documento que aparece cronologicamente após o «Livro Verde» e após também a proposta de directiva comunitária sobre a televisão sem fronteiras, e que, de uma forma geral, centrava as suas atenções no apoio à produção europeia. Do documento da responsabilidade do deputado italiano extrai-se ainda como fundamental o seguinte: o sistema televisivo da Europa sem fronteiras deve ultrapassar uma dimensão meramente económica, quer dizer, a nova televisão europeia é essencial no plano cultural, não só para fortalecer a liberdade de informação mas também a formação de uma opinião pública forte e, enfim, uma identidade que reforce o sentimento de que os cidadãos europeus pertencem a uma mesma comunidade.

A atenção dada pelas diferentes instituições em relatórios e documentos elaborados sobre esta matéria, não tendo ainda produzido alterações estruturais visíveis, adquire hoje uma importância fulcral para o desenvolvimento e a afirmação de uma indústria europeia de programas. Se tal não fosse óbvio, bastaria analisar dados recentes publicados num relatório vindo a público em Junho de 1988, elaborado no âmbito do *European Institut for the Media*, e intitulado *Europe 2000: What Kind of Television*.

É fundamentalmente aí apontado o sério risco, para a identidade cultural europeia e para a própria indústria audiovisual, que constitua o decréscimo na produção própria da quase totalidade das redes europeias, decréscimo que é tanto mais importante quanto se regista precisamente face a um aumento substancial do total de horas de emissão, e isto nomeadamente nos países do sul da Europa como Es-

panha, França e Itália. Veja-se, por exemplo, o caso espanhol: a TVE aumenta o total de horas de emissão na década 1975-85 em cerca de 150 por cento (!), decaindo a produção própria em 50 por cento. Em Itália, a RAI-1, no mesmo período, aumenta o total de horas em 29 por cento, decrescendo também a sua produção própria em 50 por cento. Quanto à principal rede francesa, a TF1, no período entre 1980 e 1985 o tempo total de emissão cresce 22 por cento decrescendo a produção própria 25 por cento. Ora perante uma situação de difícil solução como esta, não havendo de facto capacidade de resposta da produção europeia às necessidades dos programadores, estes optam por importar «enlatados» dos Estados Unidos, nomeadamente, a custos cerca de 30 vezes inferiores aos da produção própria europeia, com a agravante ainda de terem de programar aquilo que não querem e de adoptar frequentemente estratégias de repetição de programas. Acresce, além do mais, que produzem a baixos custos com a necessária perda de qualidade, aumentando assim o fosso relativamente à melhor produção norte-americana.

É isto é tanto mais grave quanto, em média, nas televisões europeias, 35 a 55 por cento do total da programação de ficção é de origem norte-americana, atingindo-se por vezes uma disparidade proporcional de 1 para 12 entre a programação de ficção comunitária e a ficção norte-americana. No caso português, que não é dos mais graves, a percentagem de ficção norte-americana atingia em 1985 os 38 por cento, sendo a produção própria de cerca de 7 por cento. Este último valor tem vindo a subir nos últimos anos cifrando-se agora na proximidade dos 17 por cento, percentagem aliás idêntica à da ficção com origem nos países eu-

(Continua na pág. 44)

(Continuação da pág. 43)

ropeus, sendo a restante programação do género proveniente nomeadamente dos Estados Unidos e do Brasil.

Perante um cenário destes continua a ser urgente a aplicação de uma estratégia comunitária global de apoio à produção europeia. Vejamos, nas suas grandes linhas, as propostas avançadas em 1984, no Livro Verde. Em primeiro lugar, a questão de fundo para o audiovisual europeu na perspectiva da CEE: ou se reforçam as trocas europeias e se aprofunda a cooperação comunitária de forma a promover, na diversidade, a identidade cultural comum que todas as nações do velho continente de alguma forma partilham, ou ficaremos à mercê de outros projectos e modelos culturais exteriores à Comunidade, nomeadamente americanos e japoneses.

Nesse sentido, a CEE propôs aos Estados membros que perante uma tal perspectiva adoptassem medidas, de uma forma conjugada, que procurassem responder essencialmente a três grandes desafios, a saber: 1) às constantes mutações tecnológicas e industriais; 2) à livre circulação das emissões em toda a Comunidade e 3) ao reforço da capacidade europeia de produção e difusão.

Quanto à primeira questão — o desafio tecnológico e industrial — passamos a referir algumas das sugestões avançadas de início pela Comunidade. Perante a perspectiva de se contar entre a totalidade dos Estados membros com cerca de 200 programas de TV em 1992 — grande parte deles transnacionais, já digitalizados e a emitir em alta definição, segundo se prevê, o que facilitará sem dúvida a integração das redes audiovisuais, informática e de telecomunicações, e também a criação de

CNN, projecto americano transcontinental. A CEE pretende incentivar a criação de uma estação de informação europeia independente que contribua não só para o conhecimento das realidades nacionais como também para a circulação de notícias no seio da Comunidade.

serviços interactivos, dois problemas podem surgir: um primeiro de carácter económico — é necessário que seja a Europa a produzir infra-estruturas e equipamento; outro, de carácter normativo: se a difusão e a recepção não estiverem normalizadas nada poderá ser feito de substancialmente inovador.

Assim, surge uma orientação no sentido de se adoptarem as normas MAC de origem europeia, que permitirão entre outras coisas, a difusão de programas multilingues, e uma evolução progressiva para a TV de Alta Definição (HDTV) e para os satélites de difusão directa (DBS), levando ainda em linha de conta o programa RACE para a investigação e o desenvolvimento, e ainda, eventualmente, projectos pontuais, subsidiários do Eureka, o programa MEDIA e outros.

Quanto à segunda questão a criação de um espaço audiovisual europeu, uma das primeiras propostas a surgir poderá inclusive ser entendida no domínio da utopia... De facto, avançar em 1986 como o fez a Comunidade com uma proposta com este conteúdo: «Tout citoyen, toute entreprise de retransmission doit pouvoir capter ou retransmettre sans restrictions les émissions en provenance des autres pays membres de la Communauté», apoiando a livre circulação das emissões de televisão é pelo menos não querer reconhecer

desde logo as dificuldades que se colocavam nesse âmbito e nesse preciso momento no mercado europeu. Para tanto seria necessário, em primeiro lugar, com base no Tratado de Roma, procurar uma coordenação das diferentes leis nacionais e dos quadros legislativos específicos que delineasse a livre circulação de tais serviços. É assim proposta uma directiva neste sentido: «Les États membres n'auront plus la possibilité d'empêcher la libre circulation des émissions en provenance d'autres pays membres en faisant valoir des dispositions nationales non discriminatoires, justifiées par des raisons d'intérêt général».

Ainda no referente ao espaço audiovisual europeu, outras disposições são enunciadas. Por exemplo, relativamente ao conteúdo europeu dos programas propõe-se que de início haja um mínimo de 30 por cento de programas com origem na Comunidade, passando a 60 por cento ao fim de 3 anos, devendo afectar-se 5 a 10 por cento das verbas disponíveis, respectivamente à produção dos novos produtores e dos produtores independentes.

Quanto à publicidade, é reconhecida autonomia aos estados membros para fixarem critérios fundamentais pelos quais se devem orientar, aceitando-se a passagem de «mensagens publicitárias» provenientes de outros Estados membros se a sua duração não ultrapassar

15 por cento da duração das emissões susceptíveis de serem recebidas pelo público no país de origem.

É defendida também a protecção dos jovens relativamente à violência, ao racismo e à pornografia. São defendidos ainda os direitos de autores, compositores, intérpretes e de outros membros de «profissões culturais» estando em estudo outras propostas neste domínio.

Por último, em termos das grandes linhas de actuação, a Comunidade aponta para um programa de acção em favor da produção audiovisual europeia, a indústria de programas propriamente dita, portanto. Há, por assim dizer, várias questões em jogo. Em primeiro lugar, a necessidade óbvia de aumentar a produção de programas e de reconverter as modalidades de difusão; em segundo lugar, e na sequência do que foi abordado no início, proteger essa mesma produção face à concorrência, nomeadamente americana. Qualquer destes dois aspectos é, por assim dizer, 'ponto de honra' para a Comunidade. Veja-se por exemplo as formas de estimular a produção e a distribuição e também a promoção de programas e filmes adoptada em 1988, ano expressamente designado de Ano Europeu do Cinema e da Televisão, precisamente como forma de dinamizar uma tal política.

Ainda entre as principais acções previstas — algumas já a decorrer, inclusive — no que concerne ao incentivo à produção, conta-se o apoio à criação original, a melhoria dos métodos de produção e distribuição, concentrados sobretudo nas pequenas e médias empresas adaptadas por isso mesmo às flutuações do mercado, numa perspectiva sobretudo concorrencial face à produção norte-americana.

Outro dos apoios a dar, incide sobre a utilização das novas tecnologias no domínio do au-

45 • SEMANÁRIO • 3 JUNHO 89

diovisual: a digitalização, a alta definição e a criação assistida por computador são os três grandes processos a destacar neste ponto. Uma referência é também necessária à promoção da cooperação europeia visando uma melhor articulação económica e técnica entre co-produtores, bem como o apoio à inovação, quer no plano dos textos (programa SCRIPT) quer inclusive no do trabalho propriamente dito. Quanto ao financiamento e distribuição serão encontradas novas formas de crédito, quer a nível nacional quer a nível comunitário, prevendo-se no plano da distribuição superar a diversidade linguística europeia através de acções concretas, quer no domínio da dobragem quer no da legendagem.

Finalmente, quanto à promoção de programas de televisão europeus, dado o carácter multilinguístico da Comunidade, pretende-se sobretudo melhorar a qualidade das técnicas de dobragem, explorando as possibilidades de sincronização através do computador.

Importante é também referir a pretensão da Comunidade de incentivar a criação de uma estação de informação europeia independente que contribua não só para o conhecimento das realidades nacionais como também para a circulação das notícias no seio da própria CEE.

Analisada a directiva aprovada na reunião do Conselho de Ministros da Comunidade, no passado dia 13 de Abril, e comparando-a com o programa articulado basicamente no quadro a.ima descrito, terá necessariamente que se concluir que o pretenso «liberalismo» que informa o acordo final, a existir, está sobretudo na insuficiência do conjunto de medidas adoptadas, o que fará retardar obviamente uma reforma estrutural no sector. Atente-se nomeadamente à ausência de medidas substanciais para o apoio à indústria de programas, tal como foi aliás observado inclusive por algumas delegações.



Considerado como um acordo «demasiado tímido» pelo representante francês, que teria preferido ir mais longe, dando muito provavelmente resposta a algumas das críticas avançadas por autores e técnicos europeus (que pretendiam fundamentalmente manter a quota dos 60 por cento), e como um acordo (cultural) fora das competências da Comunidade, pela Dinamarca, a nova regulamentação agora aprovada acaba pois de ser ratificada pela assembleia de Estrasburgo concluindo assim um moroso e difícil processo em torno da directiva sobre a televisão sem fronteiras, muito embora só se preveja para o início de 1992 a aplicação do documento no seu texto final.

Em concreto, a muito polémica questão das quotas, recolhendo inicialmente sugestões provenientes quer do Conselho da Europa (avançadas em Estocolmo), quer das reservas britânicas a esse articulado, altera a formulação proposta pelo Conselho da Europa, acima citada, originariamente aliás elaborada pelo próprio Conselho, e adopta novos termos. Excluído, portanto, o tempo da informação, dos

desportivos, da publicidade e do teletexto, os Estados membros deverão velar pela emissão de obras europeias numa proporção maioritária na sua programação, tomando-se como mínimo a percentagem relativa ao ano de 1988, embora Portugal e a Grécia tenham desfrutado de um estatuto de excepção, sendo esses mínimos estabelecidos com base no ano de 1990.

A quota da publicidade sobe para os 15 por cento de tempo máximo de emissão podendo atingir excepcionalmente os 20 por cento/hora caso se trate de publicidade de interesse público. Os intervalos para publicidade nos filmes deverão ser feitos de 45 em 45 minutos, embora para filmes com mais de hora e meia possam ser feitas interrupções todos os 20 minutos. Também se verifica uma inovação no próprio conceito de «obra audiovisual europeia» que passa a ser caracterizada como a que tem origem ou na produção dos países da Comunidade, ou nos países do Conselho da Europa subscritores da Convenção, ou ainda noutros países europeus com os quais tenham sido ce-

«Dallas». Em média, nas televisões europeias, 35 a 55% do total da programação de ficção é de origem norte-americana

lebrados acordos no âmbito do direito comunitário. Ausente no documento permanece a questão da defesa dos direitos de autor.

Pouco após, no entanto, a reunião de Bruxelas e antes da reunião do Luxemburgo; a União Europeia de Radiodifusão patrocina o «Simpósio de Bruxelas» que reúne na capital belga 38 organismos de serviço público de televisão de 32 países europeus, vindo reivindicar «o direito a ocupar o espaço dos programas de qualidade». Significativamente participa na sessão de encerramento o Comissário europeu responsável pelo sector, Jean Dondelinger. Entre as conclusões do encontro conta-se a necessidade de salvaguardar condições de livre concorrência para as televisões públicas face às estratégias dos grandes grupos económicos: de pugnar por uma produção europeia maioritária face às indústrias de programas directamente concorrentes e ainda promover a produção de programas que respeitem os direitos das minorias e preservem a diversidade das línguas e culturas europeias, relavando a necessidade de prestar particular atenção à educação e à informação. Não deixa também de ser significativa a «pisca de olho» ao Leste europeu, invocando-se a importância de um estreitamento de relações nesta matéria entre os dois lados do muro....

Aparentemente, portanto, estão feitas as pazes, estão criadas os consensos pelos quais tanto se lutou nas últimas duas décadas. E não deixa de ser curioso que a UER acene agora a Leste, subscrivendo de alguma forma a proposta que Mitterrand havia formulado na primeira de Rodas, em Dezembro de 88: de facto há um interesse estratégico óbvio em promover um sistema audiovisual europeu que se estenda a todo o velho Continente incluindo o Leste europeu, apoiado em tecnologias próprias de alta definição. Resta saber se a oportunidade ideal para o efeito avançada por Mitterrand — os Jogos Olímpicos de Barcelona — virá ou não a confirmar-se.

COMENTÁRIO

Pequenos deuses caseiros

Imaginem um novo herói: olhos de lince, punhos de aço, um «thunderbird» anfíbio com propulsor a jacto (para evitar os incomensuráveis engarrafamentos da Badel de fim de século), e muito, muito parecido com o Kit Carson das nossas «cowboyadas» de infância. Nada lhe falta, de resto, para desempenhar uma missão: deliciar-se com a sua infalibilidade, as suas incríveis viagens no tempo, e a sua vigilância face ao crime e à corrupção. Um dia, porém, faltou-lhe o combustível radioactivo no «thunderbird», levou uma sova de um grupo de «hooligans» e ainda por cima a namorada fugiu com outro... Todos fomos logo à procura de um novo herói...

Os heróis, de facto, também têm pés de barro. E isto tanto é válido para os super-heróis do nosso imaginário - aos quais acabamos por perdoar os erros «próprios dos homens» -, como para os «heróis» de carne e osso (o político, o futebolista, o actor), para com os quais somos mais exigentes e dos quais esperamos sempre a melhor «performance».

Significativamente poder-se-á dizer que o «acesso das audiências» aos seus «heróis» está hoje duplamente facilitado por via da televisão: o mercado televisivo, ele próprio, reduz e torna universais um pequeno número de «super-heróis», quase sempre de proveniência norte-americana; por outro lado, a televisão funciona como «interface» legitimador da credibilidade dos protagonistas, dos «actores do tempo». Quer isto dizer que, defraudadas as expectativas relativamente à «performance», iludida a confiança do «homo telespectador», seja por pura cobardia, por uma expressão dúbia, por um esgar, por um trejeito, ou por pura incompetência, enfim, por uma razão que as palavras não conseguem dizer, mas que o olhar confirma, então o «herói» cai em desgraça.

Assim caíram Presidentes como Nixon, assim se encerrou a «caça às bruxas» e caiu McCarthy, por exemplo. E é também assim que se ganham e perdem eleições.

As câmaras de TV são por isso uma espécie de prolongamento do nosso olhar - e se os olhos escondem, enganam (e se enganam), a tecnologia electrónica apenas amplia essa opacidade, esse logro - ou o seu contrário - a transparência das coisas e do mundo. Quase sempre, no entanto, como diria Victor Hugo, «a boca diz sim, os olhos dizem talvez...» (as imagens poderiam assim «obliterar» os discursos).

Mas nem por isso deixamos de estar sujeitos ao desempenho imagético e narrativo dos protagonistas que o ecrã dá a ver, e, nessa medida, participamos de forma passiva ou refractária no próprio dispositivo histórico-cultural em que a televisão se integra, dispositivo ainda extremamente fechado sobre si próprio, claramente incompatível com a multiplicidade de mundos possíveis que o próprio conceito de democracia encerra, e que por isso mesmo torna a «boa» performance na medida de todas as coisas.

Quando «scr» é «ser mediaticamente percebido», o desempenho de qualquer herói de «fim de século» que se preze, não pode, sob pretexto algum, esquecer o «Olimpo» hertziano onde vivem e se projectam obstinadamente as emoções e as ilusões daqueles que nunca poderão deixar de adorar os seus «pequenos deuses caseiros».



Francisco Rui Cadima

AUDIOVISUAL

No território da cultura e das indústrias culturais é o audiovisual, com o programa MEDIA, que está na primeira linha da coordenação das políticas comunitárias. Dois projectos europeus têm sede em Portugal: conservação do património e apoio aos pequenos países

MEDIA à portuguesa

FRANCISCO RUI CÁDIMA



Artur Castro Neves e José Manuel Costa: SCALE e Lumière

SÃO PORTUGUESES os actuais coordenadores europeus de dois dos mais recentes programas comunitários MEDIA de apoio ao audiovisual: José Manuel Costa, da Cinemateca Portuguesa, era já o presidente designado do projecto Lumière, destinado a apoiar a conservação, o restauro e a valorização do património cinematográfico europeu; Artur Castro Neves, anteriormente ligado ao Secretariado Nacional para o Audiovisual, passa a ser o coordenador do SCALE, um programa de estímulo à produção e distribuição nos «pequenos países» da Comunidade.

A par desta importante presença na direcção dos comités coordenadores destes dois projectos MEDIA, Portugal passou a contar também, desde 1 de Janeiro, com um gabinete MEDIA-Desk, que tem por objectivo principal coordenar as actividades de divulgação e promoção junto da Comunicação Social e dos profissionais do sector audiovisual, relativas ao conjunto dos projectos no domínio da formação, da produção e da distribuição. Foi nomeada responsável por este secretariado Maria Amélia Sousa Tavares, anteriormente integrada no Secretariado Nacional para o Audiovisual.

Tanto o programa SCALE como o gabinete MEDIA-Desk passam a funcionar nas instalações do ainda Instituto Português de Cinema, enquanto o projecto Lumière está sediado nas instalações da Cinemateca Portuguesa. O facto de se tratar de dois dos mais recentes programas lançados pelo MEDIA não quer dizer que não tenham uma importância estratégica significativa no contexto das acções delineadas para o período entre 1991 e 1995. Com efeito, segundo António-Pedro Vasconcelos, coordenador do SNA, «estes dois projectos, e também o MEDIA-Desk, deverão contribuir de uma forma decisiva para a obtenção do máximo benefício para Portugal e para os profissionais portugueses das facilidades concedidas pelo MEDIA e, reciprocamente, contribuir para uma participação portuguesa relevante no desenvolvimento do audiovisual europeu».

Arquivo, memória, história

O programa Lumière, que vem funcionando, em fase piloto desde Julho do ano passado, é descrito pelo seu coordenador, no texto de apresentação da última «newsletter» do MEDIA, como um projecto «destinado a insuflar uma

nova energia na indústria audiovisual europeia». Segundo José Manuel Costa, na época que atravessamos está-se a atribuir uma cada vez maior importância à salvaguarda dos suportes cinematográficos, na exacta medida em que é também cada vez maior «a consciência colectiva do valor dessas imagens enquanto património, acervo histórico e, em suma, agente económico». Os arquivos de filmes tornam-se assim como que uma «malha» importante de uma nova cadeia económica: «Como todas as artes, o cinema sentiu rapidamente a necessidade de se confrontar com o seu passado. Hoje, porém, descobrimos nesse passado qualquer coisa que é mais do que uma referência cultural: descobrimos igualmente um imenso mercado.»

Mas não é só obviamente no plano da rentabilização económica que este programa mobiliza a atenção, designadamente dos agentes culturais e também dos operadores da televi-

são e dos editores de vídeo. Há de facto um «boom» na procura da imagem de arquivo, um incremento significativo das solicitações do audiovisual em geral, quer no plano da informação, da reportagem e dos documentários quer no plano da investigação, da história, ou mesmo da ficção. Para José Manuel Costa, «a articulação das imensas necessidades logísticas, técnicas e financeiras dos arquivos, com este mercado em pleno crescimento, é uma das tarefas mais urgentes, tarefa na qual o programa Lumière poderá ter um impacto significativo».

Dai ser um dado adquirido que «o projecto reforçará o orçamento global dos arquivos e acelerará a constituição de uma rede europeia». Para além disso serão dinamizados e apoiados directamente «projectos específicos de restauração, de pesquisa de filmes europeus perdidos, a realização de uma filmografia europeia, uma base de dados das

coleções em arquivo ou iniciativas de difusão do património preservado». Por outro lado, ainda segundo o presidente do Lumière, o projecto «encorajará um melhor conhecimento mútuo entre o universo dos arquivos e o mercado utilizador, de forma a que este se adapte melhor às regras daquele e revele todas as potencialidades económicas das coleções», se bem que no domínio da conservação e restauração se trate de um investimento a longo prazo, não deixando, porém, de constituir um dos melhores «factores de multiplicação».

O MEDIA dos pequeninos

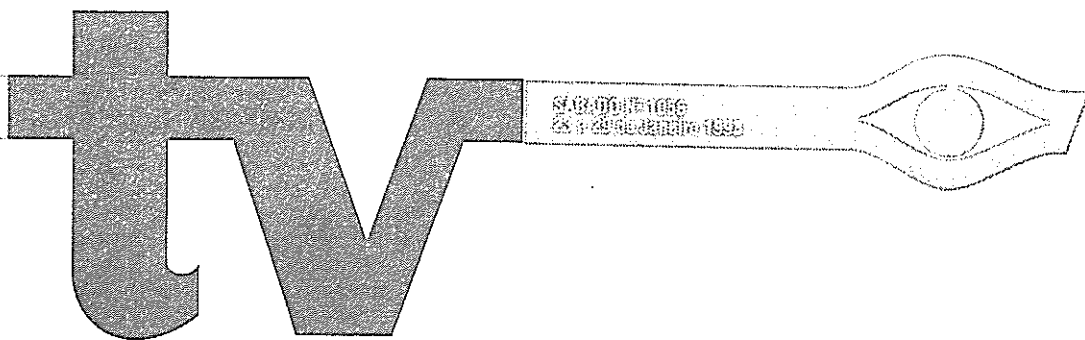
Para o desenvolvimento do audiovisual nos países de fraca densidade de produção e/ou de área geográfica e linguística restrita, a coordenação do MEDIA decidiu lançar o programa SCALE (Small countries improving audiovisual level in Europe), que substitui o an-

teriormente designado Small is Beautiful.

Os objectivos do programa, estabelecidos num relatório de progresso a que tivemos acesso, foram redefinidos no âmbito de cooperação transnacional, sob a forma de «redes» ou «pólos» de actividade, com vista à concretização do intercâmbio entre os pequenos países, e entre estes e os «grandes vizinhos». Segundo o documento, procurar-se-á, por um lado, superar situações de «ghettos» audiovisuais e, por outro, dinamizar «centros de recursos», oferecendo estímulos tais como «capitais de arranque, serviços de assistência e conselhos para as iniciativas provenientes de vários países, com o objectivo de criar pólos de colaboração transnacional» em diferentes domínios, designadamente no desenvolvimento dos produtos audiovisuais (escrita, pré-produção, etc.); nas co-produções, em especial no financiamento de sobrecustos de produção; no «marketing», desenvolvendo estratégias transnacionais em matéria de promoção, vendas, distribuição e difusão; e, finalmente, na formação e pesquisa, apoiando iniciativas que tenham por finalidade a optimização dos recursos nas áreas profissionais.

O financiamento do SCALE não ultrapassará os 50 por cento de cada projecto. Estando prevista uma colaboração estreita com outras acções do programa MEDIA, a contribuição combinada não poderá ir além de 50 por cento. Refira-se que a implantação em Portugal deste projecto é co-financiada em partes iguais pelo comité MEDIA e pelo Governo português. Os seus estatutos, em acordo com a lei portuguesa, são idênticos aos de um «organismo sem fins lucrativos».

Ainda segundo o relatório do SCALE, o procedimento para entrega das propostas com vista a obter financiamento deve atender a dois aspectos prioritários: por um lado, deve apresentar uma «descrição detalhada do projecto proposto, evidenciando o impacto esperado sobre os problemas particulares das indústrias do audiovisual dos pequenos países»; por outro lado, deve dar informações pormenorizadas sobre «a organização requerente, nomeadamente das suas outras actividades, da sua estrutura financeira, os seus estatutos, currículo do pessoal contratado, etc.». A análise dos projectos apresentados será feita pelo SCALE todos os quatro meses, nas reuniões de coordenação. Caso a proposta seja aprovada, o SCALE tomará a seu cargo até 50 por cento do orçamento do previsto.



Maria Elisa, apresenta «A Marcha do Tempo»

A televisão fica-vos tão bem

É A MULHER que mais rapidamente se identificará com a televisão em Portugal. Foi directora de programas da RTP durante três anos, de 1980 a 1983. Tem uma carreira diversificada e prestigiada na Informação e na Programação. Recordará particularmente programas como «Europa», que em 1985 e 1986 procurou dar a ver os problemas da integração de Portugal na CE. E também «O Rosto da Notícia» («um programa excepcionalmente bem recebido em termos de crítica»), uma curta série na área da Informação que apresentou de Abril a Julho de 1990. Menos feliz foi o seu despedimento compulsivo da RTP, precisamente na altura em que apresentava este último programa. Guarda também gratas recordações do seu envolvimento no projecto TVI, liderado por Proença de Carvalho. Diz não ter dúvidas de que «esse era francamente o projecto mais ambicioso e de maior impacto relativamente aos outros dois», os quais acabaram afinal por conquistar a sua colaboração.

Estamos a viver uma nova era. O pluralismo chegou também à televisão. Quatro canais generalistas numa região periférica da Europa pode inclusivamente ser um exagero. O certo é que, depois da passagem pela TVI e pela SIC, depois de resolvido o contencioso com a própria RTP, Maria Elisa Domingues regressa com um novo programa, «A Marcha do Tempo» (quinzenal, terças-feiras, 22h45 aprox.), e com uma grande vontade de expor no tabuleiro televisivo todo o seu saber e experiência. O que não impede, aliás, que parta para a emissão de 26 de Janeiro com a pequena angústia de sempre. Em cima da mesa estará «O Dinheiro».

Três dos portugueses que melhor sabem do assunto são seus convidados: António Champallimaud, Judite Correia e Domitília dos Santos, uma portuguesa corretora em Nova Iorque. Haverá uma ligação por satélite a Nova Iorque, virá uma peça de Carlos Fino sobre o novo capitalismo russo, saber-se-á o que os jovens pensam do dinheiro e haverá também uma reportagem da própria Maria Elisa sobre a reconstrução do «império» Champallimaud em terras de Vera Cruz. Veremos inclusivamente imagens das suas explorações agro-pecuárias sul-americanas. «Ele é um grande criador de gado no Brasil. A minha reportagem pretende mostrar exactamente como ele reconstruiu a sua fortuna nesse país, no pós-25 de Abril.»

António Champallimaud estará em estúdio, curiosamente na véspera da privatização da cimenteira Secil (ele foi o dono de sete cimenteiras portuguesas antes do 25 de Abril e detém, actualmente, a segunda maior do Brasil), e é sobretudo a sua presença que mais poderá inquietar a entrevistadora e coordenadora do programa. Nas vésperas da gravação confessa-se, algo recosa: «Champallimaud é um 'velho senhor' que deverá querer dizer muito daquilo que todos estes anos significaram para si — é praticamente a sua primeira grande entrevista a um canal de TV —, e isso pode eventualmente ser prejudicial para os objectivos do programa.»

«A Marcha do Tempo», que alternará com o «De Caras» de José Eduardo Moniz, apresentará-se como um programa de estrutura algo diferente da habitual. É, desde logo, «um programa de consenso, foi definido em termos de conveniência, de acordo com a estrutura da actual grelha. É temático, embora possa incidir também sobre uma personalidade. O programa terá, portanto, uma tema genérico,



Luz Chaves

debatido com um convidado em estúdio, e depois há várias outras entrevistas de apoio que se desenvolvem ao longo do programa, com pessoas que estão em Portugal ou no estrangeiro e que entram por 'duplex'. E há ainda pequenas reportagens com vários ângulos sobre o mesmo tema. Tenho já em fase de produção um outro sobre ciência (9 de Fev.), outro sobre desportistas portugueses de sucesso no estrangeiro (23 de Fev.) e o de 9 de Março será sobre o Presidente da República no aniversário do seu mandato».

Para esta série de programas, Maria Elisa conta com o apoio de uma pequena «pool» de três jornalistas — Pedro Luís de Castro, Álvaro Faria e Jorge Passarinho. Além deles, é possível que outros venham a colaborar. É esse aliás o caso de Carlos Fino, já no primeiro programa, tal como Helena Torres, editora do «Jornal das 9». Na produção está Feliciano Amaro e Pedro Curto. A realização é de Vítor Barreto.

«A Marcha do Tempo» deverá ter uma vida relativamente curta, uma vez que Maria Elisa pretende apresentar, já a partir de Setembro deste ano, um programa mais pessoal, mais simples, com o regresso ao modelo da entrevista em estúdio. E depois uma nova fase na sua carreira emergirá: Elisa pretende coordenar projectos de diferentes géneros, assumir

um pouco a função de «produtora», participando ou não na concretização das ideias, mas fazendo-as sempre suas.

E se, por hipótese, ela fosse agora directora de Programas... da privada? «Sou favorável a um desfazimento completamente diferente na oferta de programas entre canais concorrenciais. Passava o Telegiornal para as 22h00, por exemplo. Apostava claramente numa faixa de público mais urbana, tipo Channel Four de há dez anos. No horário nobre punha necessariamente filmes e séries, teria programas de debate, de informação, mas não do tipo 'Praça Pública'. Poria programas mais elaborados.» Concursos e telenovelas entrariam no seu horário nobre? (longa pausa). «É uma pergunta muito difícil. Não é inevitável ter a telenovela da praxe. E sobretudo não é inevitável ter telenovelas brasileiras. A questão é esta: RTP e SIC concorrem com o mesmo tipo de telenovelas, e as audiências são radicalmente diferentes. O que significa que não é só o programa que se dá às pessoas, é o público que está disponível para ver um novo canal que é ainda muito reduzido. Portanto, eu acho que, nesta situação, é quase indiferente o produto que se apresenta. Mas acho, por exemplo, que um 'talk-show' popular à hora da telenovela, com um grande 'anchor', em língua portuguesa, com assuntos portugueses, era uma ótima receita.»

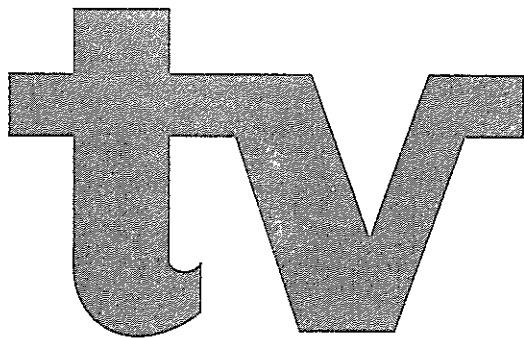
As audiências são decisivas na estratégia de programação?

«São decisivas nalgumas faixas e nalguns programas. Hoje quase tudo se joga em termos comerciais no horário nobre. Aí, ou se ganha ou se perde dinheiro. Fora do horário nobre podem-se fazer programas muito interessantes sem tantas preocupações de audiência.»

E a informação, como a acha agora, quase quatro meses após o início da concorrência? «A abertura da privada foi um bom estímulo. Acho que os 'pivots' têm melhorado imenso. A SIC tem preocupações formais louváveis. O 'lay-out' do telegiornal é cuidado e agradável. Isso é bom, é estimulante. E isto para mim não é uma questão menor. A escolha dos 'pivots' denota o mesmo cuidado, e isso coincidiu também com uma fase em que a RTP finalmente começou a procurar estabilidade nos 'pivots'. Tanto a Manuela Moura Guedes como o José Rodrigues dos Santos são bons 'pivots' para as 20h00. Acho que estamos com melhores 'standings' em termos formais. Os conteúdos também têm melhorado. Hoje os telegiornais são mais independentes e, por isso mesmo, credíveis. Não andam a reboque dos jornais e do protocolo. Esse esforço nota-se. É em parte uma resposta ao aparecimento da TV privada. Há menos formalidades, menos cerimónias oficiais. E isso é positivo.»

Maria Elisa pensa, no entanto, que há uma grande semelhança entre os principais blocos noticiosos da RTP e da SIC e que o grande problema da informação televisiva, neste momento, é a falta de rigor e o sensacionalismo de algumas reportagens que apelam muito à emoção fácil, descurando as questões de contexto social e a abordagem consistente e aprofundada do que constitui eventualmente matéria de notícia. E acabou por deixar escapar a sua crença numa nova «estrela» do firmamento televisivo. Diz chamar-se Paula Moura Pinheiro, e está por aí a aparecer não tarda. Se ela diz...

Francisco Rui Cádima



No século passado a publicidade era para os negócios o que o vapor era para as máquinas. Agora, ela é a própria máquina. Radiografia junta

Sobe, sobe, PUB sobe



VISTO no seu conjunto, o investimento publicitário em Televisão está a crescer em 1993 à média de 45 por cento/ano, o que significa que, com a chegada dos operadores privados, tais investimentos aumentaram de tal forma que a Televisão não só ultrapassou o meio que liderava o mercado — a Imprensa — em termos do total investido nos primeiros quatro meses deste ano (e por comparação com igual período do ano passado) como também atingiu montantes insuspeitados pelos múltiplos estudos e projecções do sector.

O Canal 1 lidera os investimentos no período de Janeiro a Abril deste ano, com 12,049 milhões de contos, enquanto a SIC, que tem obtido audiências próximas das da TV2, conseguiu um resultado quase triplo em termos de

investimento publicitário: 2,081 milhões de contos, contra 780 mil contos para esta última.

Mas há que ver que, enquanto a progressão global foi de 45 por cento, o Canal 1 apenas teve um crescimento de 20 por cento/ano; quanto à TV2, apresenta já um balanço negativo (-5%), tendo apenas realizado 780 mil contos, quando, entre Janeiro e Abril de 1992, havia obtido 820 mil contos de receitas (ver Quadro I).

Entre os canais privados, a SIC obteve já este ano um volume de receitas que é praticamente o dobro do da TV1, embora esta só tenha iniciado as suas emissões a 20 de Fevereiro. No passado mês de Março, em que os dois canais privados estiveram pela primeira vez em confronto directo, a TV1 realizou 483 mil contos e

a SIC 545 mil contos. Mas no mês de Abril a TV1 caiu para 155 mil contos e a SIC subiu para 675 mil contos, o que pode ter sido um reflexo das baixas audiências iniciais da Quatro.

Este conjunto de dados, fornecido pela Marktest, surge assim hiperinflacionado relativamente às projecções mais optimistas, talvez devido ao facto de se estar na fase de arranque de dois novos canais privados. Findo este «estado de graça», é natural que os valores baixem para um crescimento global dos 20 por cento/ano, valor de que, afinal, o Canal 1 não se afastou até aqui. E recorde-se que o crescimento de 1992 face a 1991 havia sido de 26,5 por cento.

Existem mesmo projecções internacionais, aparentemente bastante pessimistas, que admi-

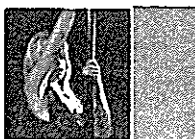
tem como valor normal para 1993, em Portugal, 20,7 por cento/ano, apenas em Televisão e a preços correntes (já com a inflação). É o caso de «Media Forecast», da Carat, que prevê para 1994 um crescimento de 16 por cento da publicidade em Televisão. Na mesma estimativa, para 1994, a Imprensa (jornais e revistas) continua a crescer abaixo da Televisão (10,2 por cento, contra 16 por cento), e o volume da publicidade será também inferior (51 milhões de contos contra 59 milhões).

Entre a Televisão e a Imprensa as coisas inverteram-se, portanto. Repare-se que nos primeiros quatro meses de 1992 a Imprensa detinha 51 por cento do «bolo» comum, com 11,3 milhões de contos, enquanto a Televisão

(Continua na página 2)



GOLDIE HAWN
O PEQUENO HOMEM



Ao que Tracy Cross
se sujeitou
para continuar a viver.

JÁ DISPONÍVEL NO SEU VIDEO CLUBE

SONDAGEM RTP-TV GUIA

ta informação e noticiários, e 7,8% respondem que o referido conceito prende-se com os subsídios estatais a emissões televisivas.

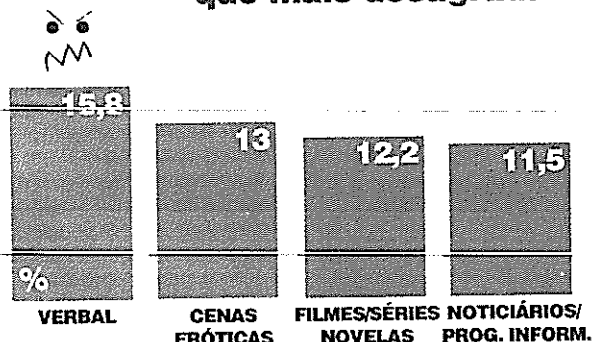
No que concerne à participação dos telespectadores na escolha dos programas de televisão, mais de metade dos inquiridos considera que não sente necessidade de participar nessa escolha (50,3%), a que se deve somar ainda 20,7% daqueles que não têm opinião sobre o assunto. Estes dados são bem representativos da atitude conformista relativamente a um assunto da maior importância.

A droga, seguida da difusão de imagens violentas, é apon-

morte, situação que levantou muita polémica recentemente nos Estados Unidos, onde o Supremo Tribunal Federal rejeitou tal pretensão a uma cadeia de televisão.

Apesar do potencial reformador que a televisão incorpora, os portugueses consideram que, mesmo assim, ela não substitui a religião, a família, a escola e o meio social no que diz respeito à formação e ao comportamento dos indivíduos. Contudo, esta ideia não convence muita gente, já que 36,2% dos inquiridos acham que a televisão tem vindo a ocupar esses «lugares» na vida dos portugueses. Por outro lado, se a maioria se mostra

QUADRO 4 Qual a "violência" que mais desagrada?



tada, por uma larga maioria, como o principal factor gerador de violência na sociedade portuguesa. Depois, surgem os problemas familiares, a situação económica difícil e as condições de vida nas cidades, como os grandes responsáveis pelos índices de violência. Mais uma vez, o papel da televisão assume um claro destaque, embora aqui num aspecto negativo. Por isso, não é de surpreender que 88,5% dos inquiridos se recusem a concordar com a transmissão em directo da execução de penas de

FICHA TÉCNICA

Trata-se de um estudo efectuado pela Euroteste, responsável pela codificação e processamento informático, que incidiu sobre uma amostra de 600 indivíduos, representativa da população com 15 ou mais anos, residente no Continente em lares com telefone. A apresentação e concepção geral são da responsabilidade da «TV Guia».

disponível para aceitar que as crianças devam aprender nas escolas a linguagem televisiva, à semelhança das outras disciplinas, outros há, no entanto, que não a aceitam facilmente. Estes representam 32,2% da amostra, o que diz bem da falta de preparação da generalidade das pessoas para enfrentarem as novas questões colocadas pelo fenómeno televisivo. Uma tão acentuada resistência a que os «homens e mulheres de amanhã» aprendam a decodificar e a saber interpretar o «media» televisão é paradigmática do ponto de vista da relação do grande público com este veículo mediático.

Por fim, quando questionados sobre o tempo que as crianças passam a ver televisão, a maioria dos inquiridos (60,3%) tem plena consciência de que os mais novos dedicam tempo excessivo a essa tarefa, contra 30,8% que consideram que não se trata de uma questão problemática, pois defendem que as crianças «gastam» um tempo razoável a ver televisão.

DEPOIMENTO

TV, DEMOCRACIA E «MEDIACRACIA»

Sendo claro que o grau de não satisfação (15,5%) e de indiferença (30,3% de nem satisfeitos nem insatisfeitos) com a actual televisão que temos — pública e privada — é um dado evidente neste inquérito, poder-se-ia inventariar um conjunto de tópicos que podem explicar algumas das razões determinantes para essa insatisfação. Em primeiro lugar, a qualidade e a diversidade da oferta dos diferentes canais. Parece-me óbvio. Canal 1 e SIC são hoje projectos muito idênticos, designadamente na oferta no horário nobre, apelando em conjunto às emoções epidérmicas das audiências.



O mesmo não direi da questão da violência. A problemática da questão televisiva é extremamente complexa e não pode ser analisada de ânimo leve. Muito menos com «cruzadas» públicas, deixando prever a formalização de novos tipos de censura. A questão é que só há uma maneira de combater as «violências» televisivas: com informação, com conhecimento, com formação cívica. De uma coisa dificilmente abdicarei, em consciência: para mim, a grande violência do meio televisivo está nas estratégias e massificação das audiências, procurando nivelar por baixo a qualidade da programação, reduzindo as potencialidades do meio a uma mera «máquina de produção de audiências».

Depois, há os efeitos da TV. Ela hoje é, para além disso, um autêntico «primeiro poder». Tem efeitos perversos no campo cultural, na vida familiar, na política, etc. De tal forma que é comum dizer-se que a televisão influencia cada vez mais a própria política, criando aquilo a que se pode chamar a «Mediacracia» — o poder dos (e através dos) meios de comunicação de massas. O certo é que, perante a crise das instituições e da democracia representativa, a TV está cada vez mais a tomar o lugar da «justiça», das «policias», dos poderes locais e centrais, conduzindo o sistema político e administrativo a actuar em função dos seus processos e estratégias de enunciação.

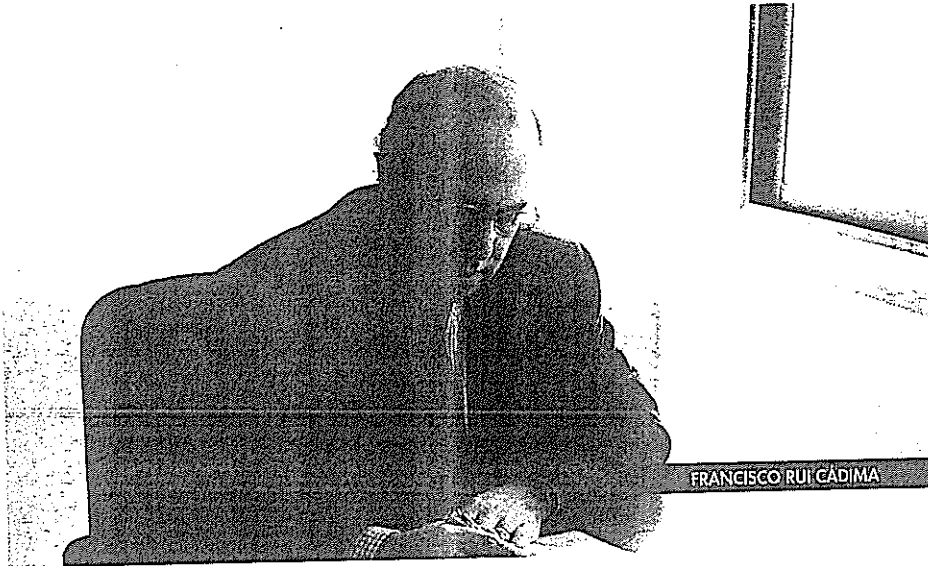
Daqui se pode inferir que um novo espaço público está em gestação. O qual consagra a figura do «cidadão-telespectador», aquele que age em função do que vê na TV. Em simultâneo, consagra a emergência da «televisão populista» e do compromisso negociado com o «grande público». Esta nova TV «tablóide» introduz no seu dispositivo, o discurso populista (dos «crimes & drogas», dos programas das paixões e emoções, do anedotário, de casamentos, etc.), retira ao âmbito do saber/poder o fundamento de legitimação (política, social) e coloca no dizer/sentir do cidadão-telespectador (e nos índices de audiência) o discurso que funda a verdade. Isto é, a verdade que prevalece como sendo a «transparência» do Mundo e das coisas.

Para este sistema em degenerescência só haverá uma solução: que a paisagem televisiva portuguesa deixe de se reger apenas por um duelo entre 2 ou 3 canais e passe a ser uma paisagem «multicanal», do satélite e do cabo, das regiões e das localidades. A TV por cabo, que está aí à porta, vem já dar uma ajuda. Mas não chega.

Francisco Rui Cádima
(Professor universitário)

OPINIÃO

Mass media vs. self media



FRANCISCO RUI CÁDIMA

Desde que McLuhan defendeu a importância das mediações simbólicas e tecnológicas na compreensão das sociedades históricas - do aparecimento da escrita e da tipografia às sociedades de comunicação global -, que tende a privilegiar o paradigma da comunicação face ao "velho" paradigma da produção.

As tecnologias da comunicação são hoje, claramente, um factor de mudança social, o que significa que as sociedades desenvolvidas de fim de século caminham para um novo tipo de relações interpessoais, se começam a reger por novos códigos de conduta e evoluem para um novo tipo de experiência social e política.

Novas tecnologias, nova política, portanto. Em causa está, no fundo, a crise de representação que atravessa o actual sistema político. Face à desintegração do sistema político das sociedades ocidentais, um novo sistema político começa a ganhar corpo marcado pela procura das identidades, dos novos nacionalismos, dos particularismos - étnicos, minoritários, "dissidentes", "tribais", etc.

Uma procura que é comum à necessidade de progressiva autonomia do sujeito e simultaneamente da sua experiência participativa no campo social, cultural e político, aquilo a que se pode chamar também o "transpolítico".

As novas tecnologias vêm em seu auxílio uma vez que mudam a base da estrutura social e do poder. Daí poder chamar-se hoje ao campo dos media o universo emergente dos "self-media".

O facto de haverem cada vez mais formas de "democratização" da comunicação através dos meios de utilização individual - do telemóvel ao computador portátil -, permite a criação desse novo campo de mediação protagonizado agora por uma rede matricial e não pela rede clássica em "pirâmide" do "escutar sem ser escutado".

Do que se trata, em suma, é da convergência entre o audiovisual, as telecomunicações e a informática - um complexo integrador em evolução constante que conduzirá ao reforço do paradigma comunicacional face ao paradigma da produção e certamente à recomposição da referida esfera pública e política.

O multimédia e a interactividade remetem por isso para nova lógica comunicacional e política - para o mundo de possíveis que se configura no facto de deixar de existir "o mesmo programa", para passar a existir um mundo de interações e de "navegações, tantos quantos os respectivos destinadores e destinatários. Esse é o novo conceito, o novo quadro conceptual.

Doravante será, por isso, cada vez mais difícil sustentar o discurso clássico da televisão, por exemplo, como discurso de legitimação. Fundamentalmente porque nele se remete o acontecimento-catástrofe para a "ordem natural das coisas", onde as estratégias de governamentalização reaparecem como providenciais, relançando assim o protagonismo político em crise.

O que os self-media evidenciam é

sobretudo a crise das estratégias de encenação do actual campo mediático, que insiste de modo insuportável no discurso da actualidade trágica e no pequeno mundo da política e do fait-divers.

O facto de haverem cada vez mais formas de "democratização" da comunicação através dos meios de utilização individual - do telemóvel ao computador portátil -, permite a criação desse novo campo de mediação protagonizado agora por uma rede matricial e não pela rede clássica em "pirâmide" do "escutar sem ser escutado". O dispositivo comunicacional de fim de século caracteriza-se assim pela emergência de um novo campo de mediação, que veio introduzir uma nova complexidade nos estudos sobre os media, tecido socio-cultural e político e o simbólico.

A progressiva integração das tecnologias digitais e interactivas no campo dos media, na informação, nos serviços, etc., vem também determinar um novo modelo de acesso aos grandes fluxos de informação. No limite, este campo hipermediático cria um novo espaço público e político, uma nova era a que se chama já o "transpolítico".

Em função desse novo processo, trata-se agora de analisar o dispositivo comunicacional em evolução de um modelo clássico, em "pirâmide", para um modelo interactivo, matricial, através do qual se joga a crescente autonomia do sujeito moderno. É a era dos "self-media" que se anuncia, dos media que se destinam aos utilizadores individuais e que interagem através de redes interactivas.

Francisco Rui Cádima
Professor na FCSH.

PRÉ-PUBLICAÇÕES

A televisão durante a ditadura

FRANCISCO RUI CÁDIMA

Entre 1957 e 1974, a informação televisiva produzida pela RTP, e designadamente o Telejornal, foi, em primeiro lugar, a emanção de um modelo dito «pedagógico», mas que na realidade se constituía em sistema subsidiário do monopartidarismo político e do seu aparelho censório e persecutório, como veremos. Houve assim uma estratégia de tensão que estruturou a natureza do modelo instrumental e protocolar tradicional da informação televisiva, a qual está obviamente interligada com a preponderância do político e dos seus subsistemas partidário e administrativo sobre qualquer dos outros campos. Os protagonistas deste sistema fechado de informação eram sobretudo as figuras cujo desempenho mediático correspondia à sua própria legitimidade política na hierarquia do Estado. E quando assim era, o modelo protocolar e instrumental de produção da informação televisiva correspondia com um tratamento dito jornalístico de práticas e funções hierarquicamente alinhadas, configuradas num sistema mais vasto de representação de con-

sensos, e sempre num processo monológico de auto-referência do Estado e do seu anclorado campo político. O monopólio do discurso político e institucional constituía-se assim, definitivamente, na impossibilidade da emergência do diálogo e do consenso racional e intersubjectivo no tecido social.

Neste contexto específico, a imagem que é dada da sociedade é a de um lugar de determinismos implícitos, simples, comuns, banalizados na lógica das relações de forças, de interesses, do consenso e não da conflitualidade ou do confronto de ideias, de saberes ou de singularidades. Lógica consensual esta conseguida através de um processo complementar, como veremos, de fragmentação e recomposição da imagem da sociedade. Trata-se de um processo aparentemente contraditório, mas que é concretizado pela preponderância atribuída na informação ao poder político, constituindo-se em regime de autocelebração do sistema e da classe política. Esta imagem fragmentária e hiperpolítica não coincide propriamente — longe disso —, com uma deriva sobre as singularidades e a vitalidade dos actores sociais autónomos relativamente ao sistema político. Prende-

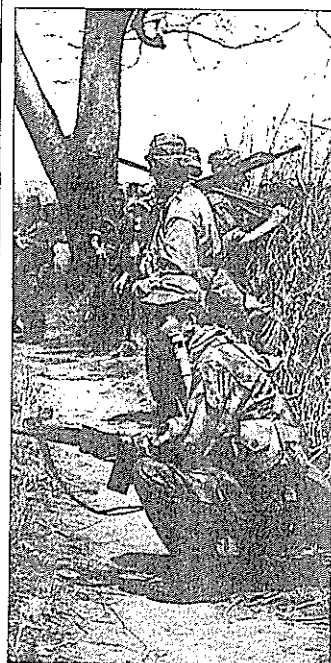
SALAZAR, CAETANO E A RTP

«Salazar, Caetano e a Televisão Portuguesa» é o título do muito completo estudo de Francisco Rui Cádima sobre a RTP (então canal único) durante a ditadura, de que foi um constante «instrumento». O livro, a lançar em breve pela Presença (420 págs.) e de que antecipamos dois pequenos fragmentos, analisa os noticiários da RTP desde a sua criação, em 1957, até ao 25 de Abril de 74, em três grandes capítulos: «O nosso caso comezinho: a informação televisiva com Salazar», «Telejornal: a arma da propaganda de Marcello Caetano» e «A máquina dissuasora: a televisão ao serviço da ditadura». Professor do departamento de Ciências da Comunicação, da Universidade Nova de Lisboa, o autor não só dá um contributo único para o tema específico da obra, como também um bom contributo para a história dos últimos 17 anos do fascismo.

se, isso sim, directamente a uma série limitada de funções e usos, está dependente de um «mundo» restrito e de uma série de actores cuja acção é já previsível e que nunca surpreenderão, portanto, o que quer que seja através de uma eventual desarmonia ou desordem conjuntural. (...)

O INÍCIO DA GUERRA EM ÁFRICA

Logo após o começo dos acontecimentos em Luanda, a RTP não se eximia mais uma vez de fazer coro com os radicais do regime, a propósito da recepção, pelo Chefe do Estado, de um grupo de «oposicionistas» (TJ 6/2) que entre-tanto haviam divulgado um comunicado à imprensa, publicado nos vespertinos de 8/2/61, e logo objecto de um contracomunicado da secretaria da Presidência da República onde eram expressas algumas «reservas» ao seu conteúdo. A edição da noite do Telejornal iria no entanto mais longe do que a própria secretaria da Presidência — é o próprio Manuel Figueira que desfaz todas as dúvidas: «(...) O documento já é conhecido do grande público. A RTP dispensa-se de o retransmitir. Encontra-o em conflito com o verdadeiro sentimento nacional nesta hora em que todos os bons portugueses devem estar unidos à volta da bandeira Pátria. A declaração política em questão é um deplorável documento. Bastará dizer que o seus autores não têm uma palavra de reprovação para o criminoso assalto ao paquete *Santa Maria*. O povo português saberá que conceito formar das intenções políticas das pessoas mencionadas na nota da P. da R. (...) até o nosso triunfo no Tribunal Internacional de Haia — acerca dos enclaves da Índia — ali aparece posto em dúvida! É mau português todo aquele a quem doem as vitórias da Pátria. A RTP saúda respeitosamente o ilustre Chefe do Estado e reitera-lhe toda a admiração e gratidão dos que trabalham nesta casa.» Mais à frente interviria João Coito, na sua coluna habitual «Letra de Imprensa», referindo-se a «uma iniciativa confusionista que de modo nenhum pode servir, no momento, a unidade nacional» no dia seguinte, era o próprio Camilo Mendonça, nesta altura já ex-presidente da RTP, que era citado no TJ, pela moção que havia proposto na véspera na Assembleia Nacional: «(...) a AN (...), tendo tomado conhecimento pela imprensa dum documento unilateralmente pre-



parado por alguns elementos oposicionistas, exprime a sua repulsa pelo que representa de manifesto sectarismo e inqualificável incompreensão dos deveres que, nesta hora, incumbem a todos os Portugueses (...).» Se o Presidente da República era mimoseado por Manuel Figueira com a prosa atrás referida, o Presidente do Conselho, a propósito da chegada do *Santa Maria* a Lisboa não o seria com menor laudatório, designadamente através das palavras de João Coito («Letra de Imprensa», TJ de 18/2): «(...) O Povo simples e anónimo (...) ocorreu à chegada do *Santa Maria*, e levou a Salazar um eloquente plebiscito, o seu aplauso, o seu incitamento sincero, o seu oportuníssimo estímulo. O povo não se esquece das palavras de Salazar: a revolução continuará enquanto houver um lar sem pão, enquanto houver uma família sem lar. (...)

FUNDAÇÃO CALOUSTE GULBENKIAN
SERVIÇO DE BELAS-ARTES

BOLSAS DE ESTUDO DE ESPECIALIZAÇÃO PARA O PAÍS E ESTRANGEIRO

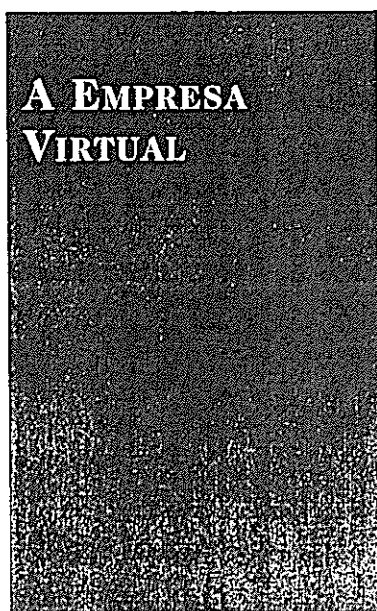
De 1 a 29 de Fevereiro de 1996 estará aberta a inscrição para a atribuição de bolsas de estudo de especialização, no país e no estrangeiro, para o ano lectivo de 1996/1997, nos diversos domínios abrangidos pela actividade do Serviço de Belas-Artes.

Estas bolsas destinam-se à realização de estágios e de estudos de especialização ou investigação nos diferentes sectores das Artes Plásticas e Artes Aplicadas, História, e Crítica da Arte, Estética, Património, Arqueologia, Design, Fotografia, Arquitectura e Urbanismo, Cinema, Teatro, Gestão das Artes, Museologia e Conservação.

De acordo com o Regulamento, a Fundação poderá limitar a concessão destas bolsas a determinados sectores de estudo, segundo as necessidades prioritárias do momento e os interesses gerais do país.

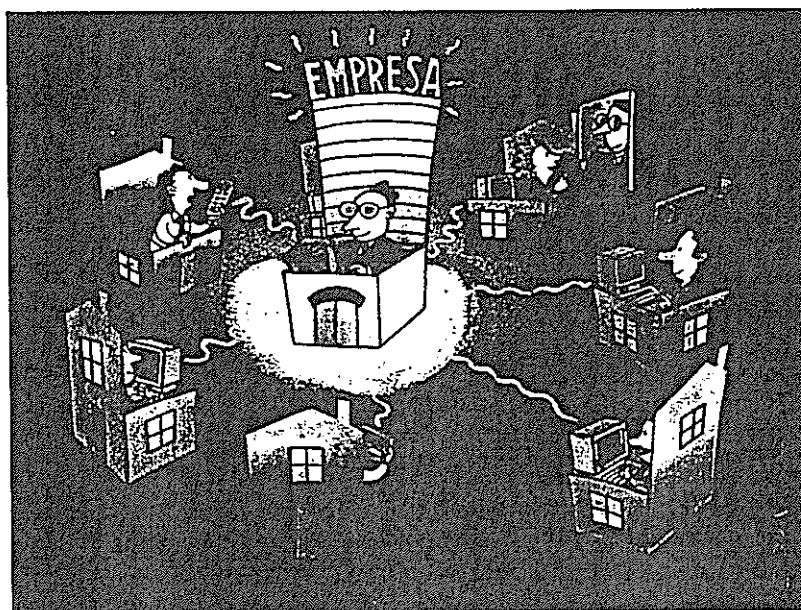
CONDIÇÕES BÁSICAS DO CONCURSO

- 1) Podem concorrer a bolsas de especialização os diplomados e também as pessoas que, não sendo diplomadas, exerçam actividade profissional ou possuam curriculum significativo em qualquer dos sectores ou domínios para que o concurso é aberto.
- 2) O número de bolsas de estudo a conceder será determinado pelas disponibilidades financeiras para o efeito e pelos encargos decorrentes da respectiva atribuição, encargos determinados em função do país e da instituição onde deverá decorrer o estágio. Será também tomado em consideração o número de bolsas em curso em cada especialidade.
- 3) Será dada preferência aos pedidos cuja finalidade for considerada de maior interesse para o país.
- 4) Só em casos muito excepcionais, a Fundação poderá conceder bolsas para estudos de Mestrado no país e apenas para a elaboração das Teses, finda a parte curricular dos Cursos.
- 5) Durante o prazo em que decorrer o concurso, os candidatos deverão dirigir-se directamente à Recepção da Fundação Calouste Gulbenkian — Av. de Berna, em Lisboa — ou, por escrito, ao Serviço de Belas-Artes da mesma Fundação, a fim de obterem o Boletim de Inscrição e o respectivo Regulamento.
- 6) Os Boletins de Inscrição que não deem entrada na Fundação até às 17h30 do dia 29 de Fevereiro de 1996 não poderão ser considerados, salvo se se comprovar, pelos carimbos dos CTT, que foram remetidos à Fundação dentro do prazo do concurso.



Francisco Rui Cádima

*Departamento de Ciências da
Comunicação FCSH/UNL*



*A corrida ao século XXI está lançada.
Quem vai desaparecer em primeiro lugar,
o escritório ou os empregados?
Interactif, Out./Nov. 1995*

A revolução industrial criou as grandes fábricas, onde o trabalho evoluiu das penosas cadeias de montagem para sistemas sofisticados de robotização. De um extremo ao outro pode pensar-se numa complexa rede de relações técnicas e culturais que, no entanto, com o aproximar do final de século, têm vindo a colocar progressivamente os sistemas industriais clássicos como mera arqueologia contemporânea.

Veja-se que a força de trabalho neste final de século, designadamente nos países fortemente industrializados, deixou de estar afectada maioritariamente ao sector secundário e deslocou-se para a "sociedade da informação". Essa é, afinal, a grande mudança de há cem anos para cá. Nessa altura (1880), aliás, era ainda o sector primário aquele que absorvia a maior quantidade de mão-de-obra.

No âmbito das organizações modernas, a utilização das novas redes e serviços vem sem dúvida permitir uma progressiva autonomia dos colaboradores da empresa, criando os "escritórios virtuais". É, no fundo, aquilo a que hoje já se chama o teletrabalho, isto é, a criação de redes interactivas que acedem a ficheiros, partilham aplicações, consultam de forma remota as bases de dados, enviam documentos, etc.

As facilidades actuais das empresas são já conhecidas: o telemóvel/datamóvel, que permite, por exemplo, o contacto em tempo real, o acesso a dados, mas para além disso, permite, por exemplo, monitorizar frotas e equipas no terreno. O bip, para chamada de pessoas, surge como o complemento óbvio do telemóvel. A optimização da estratégia das organizações através das comunicações móveis digitais é, portanto, o futuro das empresas. Há ainda que considerar a utilização do *modem* como um complemento do PC na perspectiva integrada do escritório electrónico. Como diz a publicidade, "não deixe o seu PC a falar sozinho"... Conectado a um

modem, o computador pessoal, ou a rede na empresa, ficam ligados ao mundo. Pode-se enviar ou receber de qualquer parte do mundo, programas,

Europa. E pode contribuir para a criação de um mercado de emprego indirecto muito significativo. Outro aspecto importante é a redução de custos das

A comunicação biunívoca será a segunda maior revolução da história da comunicação, depois da invenção do alfabeto.

textos, folhas de cálculo, documentos comerciais, audio, vídeo; pode-se enviar e receber telecópias, transferir informações, consultar as listas telefónicas electrónicas, ter acesso a bases de dados, obter o saldo bancário; pode-se ainda determinar o horário para o envio de telecópias - uma facilidade que é relevante, sobretudo pela redução das tarifas nocturnas. *Last but not least*, pode-se aceder às redes de informação e serviços multimédia, incluindo a Internet. Estas são já as áreas de "futuro" no mundo da empresa.

Mas não só. A videotransmissão, por exemplo, tem tido êxito designadamente nas multinacionais, que assim evitam os custos das deslocações intercontinentais. As grandes empresas norte-americanas com filiais na Europa foram por isso as primeiras grandes utilizadoras da videoconferência. Mas as empresas europeias desde há muito, também, que a utilizam¹.

A grande vantagem para as empresas será de facto o teletrabalho. Poderá movimentar já no início do próximo século qualquer coisa como 33,4 milhões de dólares com 12 milhões de "teletrabalhadores" tanto nos Estados Unidos como na

empresas em energia, materiais diversos, manutenção, na fiscalidade, etc. Segundo um estudo da British Telecom, uma companhia em Londres com 100 teletrabalhadores economizaria por ano cerca de meio milhão de contos.

Neste campo, as surpresas podem portanto ser muitas. Estas áreas são naturalmente um dos domínios privilegiados nos estudos sobre o emprego, a gestão estratégica e as telecomunicações. E é um dos pontos de mira das futuras auto-estradas da informação, para as quais os tele-serviços e o teletrabalho estão particularmente vocacionados. «Trabalho, é em casa» - seria o slogan mais adequado.

Há inclusivamente quem fale no teletrabalho como uma «mercadoria apátrida e volátil que favorece uma nova divisão internacional do trabalho»². A oferta será, num primeiro tempo, regional/nacional, desfrutando das capacidades das redes de comunicações básicas, mas rapidamente poderá evoluir para redes mundiais de comunicação, onde a oferta mundial se quantifique em função dos critérios de custo de mão-de-obra,

dos encargos sociais e, claro, da competência. É o trabalho "in shore" e "off-shore". É também a emergência de "empresas virtuais" de actividades terciárias e de tele-serviços. A palavra de ordem é agora "mobilidade", desaparecem os espaços personalizados em troca pelo ciberespaço, e as organizações tornam-se "virtuais"³. É o retorno do espírito comunitário. Ou a retribalização, como diria McLuhan.

Em suma, as redes para fluxos de alto débito, como suporte futuro das auto-estradas da informação, estão a fazer renascer o conceito de matriz, de comunicação interactiva, ultrapassando em definitivo a era da comunicação unívoca e conferindo assim ao cidadão do século XXI um poder que, de um ponto de vista mediático, lhe esteve sempre em grande parte retirado - o da comunicação biunívoca. E essa será, sem dúvida, a segunda maior revolução da história da comunicação, depois da invenção do alfabeto. ■

¹ Recorde-se a experiência da Thomson, em França, em 1988, com a comunicação do PDG Alain Gomez aos 17 mil funcionários da companhia espalhados pelos 23 centros da empresa, em França e no estrangeiro (Las Vegas, Singapura, etc.). Cada um desses centros estava ligado por um sistema de videotransmissão a Paris, de onde era emitida a conferência.

² Cf. Anita Rozenholc e Alain Veyret, «Activités immatérielles et télétravail», *Communiquer Demain*, Pierre Musso (Dir.), Éditions de l'Aube, Marseille, 1994

³ Não há bela sem senão. Veja-se o texto «Le bureau virtuel», de Olivier Malnuit, *Interactif*, nº 5, Oct./Nov. 1995, que descreve o "fascismo latente" da experiência SBU - Strategic Business Unit, da agência de comunicação norte-americana Chiat&Day, como uma espécie de novo taylorismo agora aplicado às relações homem-byte.

500\$00

JAN / ABR 96

Comunicação Empresarial 02

REVISTA
DA APCE
ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DE COMUNICAÇÃO
DE EMPRESA

A Comunicação Empresarial
na Europa

Council Meeting da FEIEA
em Lisboa



UE marginalizada nos media

A IDEIA DE EUROPA NÃO PARECE SER SIMPÁTICA À COMUNICAÇÃO SOCIAL EM GERAL

FRANCISCO RUI CÁDIMA *

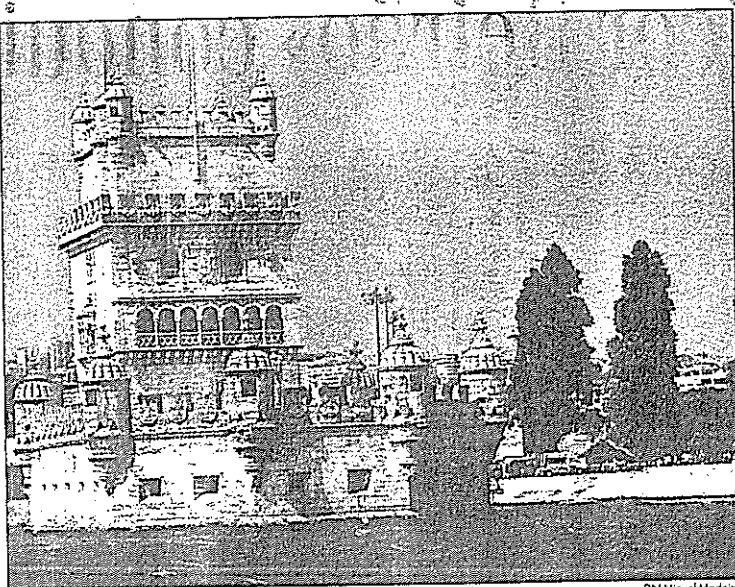
Como dizia Alain Touraine, a crise de legitimação do sistema político tende a ser compensada pelo desempenho mediático. Esta questão, com a qual concordamos integralmente, não nos pode, em todo o caso, impedir de considerar que a difusão da ideia de Europa é exterior ao regime de autolegitimação política das instituições e do protagonismo político-partidário, para a qual os media muito contribuem na actualidade. Quer isto dizer que a ideia de Europa não é, do nosso ponto de vista, de modo algum, um qualquer produto de marketing político. Mas, apesar disso, não deve ter preconceitos em relação às suas regras. Está acima delas. Como conceito e como realidade que emerge a partir da experiência social europeia e da sua vida pública e política, e das expectativas dos seus cidadãos e dos cidadãos do mundo.

A questão agora é a de saber que «consciência» se institui nessa ordem simbólica, designadamente na imagem que os diários portugueses (DN e *Público*) dão a ver da União Europeia e das suas instituições.

O primeiro parâmetro que se destaca na pesquisa genérica que fizemos a partir da análise dos conteúdos nos primeiros meses de 1995 configura um modelo de tipo «contratual», onde é produzida uma visibilidade da Europa que, sendo uma narrativa de verificação e de legitimação, é também um processo ritualista de exposição do necessário, escondendo-se porventura o essencial.

Um discurso quase sempre de redundâncias, raras vezes protocolar, é certo, muitas vezes inclusivamente crítico, europeísta, mas sempre um discurso distanciado de uma visão europeísta acima de qualquer suspeita e também de uma visão persuasiva da Europa. A ideia de Europa não parece ser, por isso, uma ideia cara, simpática à Comunicação Social em geral. Como se se tratasse de algo mais do que de pessimismo. De uma resistência passiva, indolente e indolor. Uma certa resistência ao futuro político da Europa, arriscamos.

Quando se coloca a questão de saber se as instituições europeias têm ou não protagonismo e, se sim, qual a valorização ou o índice de favorabilidade que apresentam numa análise qualitativa de conteúdo feita aos principais meios da imprensa escrita portugueses, a resposta seria simples: as instituições europeias têm pouco protagonismo enquanto tal. O protagonismo que adquirem resulta de



EM PORTUGAL, TAL COMO NA EUROPA, há necessidade de «alfabetizar» o público sobre os assuntos europeus

DN/Miguel Madeira

uma submissão de certo modo perversa de uma prática comum nos meios de comunicação: dar ao acontecimento — e por vezes também ao *fait-divers* — a prioridade em termos editoriais, fazendo depender do factual o que é do domínio do universal (ou do institucional, no caso da União Europeia).

Noticiário secundarizado

A relevância que adquirem conseguem-na, portanto, não em função das suas atribuições e competências directas e específicas, mas enquanto subsistemas, secundarizadas relativamente ao sistema da notícia. São portanto subsidiárias de uma matéria noticiosa que não é considerada como um valor em si, mas como uma mercadoria mais, como notícia que em geral «vende» e cria audiências, cria público consumidor de jornais.

Confirma-se assim de novo, para o caso português, o que havia sido já uma conclusão genérica do relatório da Infoc Europa produzido no ano passado, designadamente no texto assinado por Bernardo Díaz Nosty. De facto, tal como então, continua a não existir uma identificação supranacional, homogeneizadora, estruturante da ideia europeia. Continuamos, no caso português, a depender muito do localismo e das estratégias de interesses. Nessa medida, o principal ausente é o texto de opinião regular. Sobre os discursos, as práticas, as estratégias e os conceitos que dão e darão corpo à Europa, pouco se trabalha. E sobre as instituições enquanto tal, seus projectos, concursos, etc., isto no plano meramente informativo, quase nada.

Continua, por outro lado, a falar-se da Europa, com alguma regularidade, em suplementos específicos (suplemento «Economia» no caso do *Público* e

suplemento «Negócios» no caso do DN) ou em editoriais secundarizados, por vezes o internacional, por vezes a cultura, etc.

De um modo geral, na imprensa portuguesa, as referências às principais instâncias da UE surgem assim em função de notícias que têm um enfoque específico, designadamente em função do interesse — ou daquilo que é suposto ser o interesse — do tecido social e político nacional. Não se visualiza desde logo matéria informativa genérica: de formação, digamos assim, de um conhecimento e uma consciência europeia. Matéria de fundo, inclusivamente filosófica, que fornecesse modelos de referência, éticos, políticos, matéria exterior a *lobbies* e a grupos de interesses.

Não há assim, de um modo geral, uma visão funcional, essencialmente informativa, do que é a Europa, de como está organizada, de como funcionam as suas instituições, como e quem acede aos projectos, financiamentos, etc., nem tão-pouco uma visão distanciada, construída através de outro tipo de dados provenientes de áreas, pessoas, empresas, etc., que integrassem competência e independência, e que dessa forma autolegitimassem uma perspectiva rigorosa e independente face aos desenvolvimentos do modelo actualmente em construção.

Em Portugal, tal como na Europa, há como que uma necessidade de «alfabetizar» o público sobre os assuntos europeus. Daí a inevitabilidade das editoriais sobre a Europa nos órgãos de Comunicação Social em geral. Como compreender que as páginas dos jornais, em geral, se enchem de notícias e suplementos sobre sucessos e tragédias do futebol europeu, ou que as curiosidades e *fait-divers* ocupem um espaço nobre nas páginas e capas dos jornais, por

vezes inclusive com editoria própria, e a Europa, que é, para a maior parte de nós, europeus, uma opção estratégica para o século XXI, seja relegada para a esfera da actualidade-sintoma, para um espaço secundarizado das notícias cada vez mais transformadas em mercadorias?

Parece-nos uma inevitabilidade que a estratégia de comunicação da UE se reforce, tanto pelo campo da imagem, como no campo da imprensa escrita. Particularmente neste último caso faz-se sentir a falta de uma ligação mais efectiva das instituições europeias e das suas práticas ao campo jornalístico, através das modalidades normais de facultações de matéria informativa geral, sobre a própria Europa, e de matéria específica, não descurando a necessidade de recriar a esfera pública sobretudo no campo da opinião e da motivação para a ideia da grande casa europeia. Nessa medida, a Comunicação Social, e em particular a Imprensa, é de facto um factor crucial para a tomada de consciência das novas realidades que se anunciam neste velho continente.

Aliás, a opção tomada em Janeiro de 1995 de lançar um novo serviço de TV por satélite da UE parece-nos vir ao encontro das expectativas do campo dos media e dos cidadãos. É um avanço claro. Mas deve ser complementado de um bom serviço de comunicação escrita e documental.

Fazem por isso ainda algum sentido as palavras de Francisco Lucas Pires, deputado português ao Parlamento Europeu, expressas há algum tempo já: «(...) Se a integração europeia tem avançado no plano material e no plano moral, está ainda muito retratada e longe desse horizonte no plano do discurso político e do diálogo multinacional sobre si própria. Para a comunicação jornalística, am-

plamente centrada sobre as questões nacionais em geral, a Comunidade é ainda mais notícia que mensagem e as instituições e as decisões comunitárias só são objecto de informação quando e na medida em que incidem sobre a vida concreta de um Estado ou sociedade determinada» (*A Imprensa e a Europa*, Lisboa, 1992). Este continua a ser de facto, ainda hoje, um dos problemas centrais numa gestão integrada de comunicação por parte das instituições comunitárias. A solução para este estado atarrasado do desenvolvimento da ideia de Europa nos media europeus só poderá ser ultrapassada, não apenas como pensava Lucas Pires, «como a imprensa europeia a falar a mesma linguagem, isto é, a ver a construção europeia partir de dentro e não a partir de fora, como um todo e não como um mero conjunto de partes», mas sobretudo através de uma reorganização de toda a estratégia de comunicação da União Europeia, fazendo prevalecer o conceito e as suas aplicações, encontrando canais e mecanismos mais funcionais para levar a informação do centro à periferia — de Bruxelas às redacções dos jornais europeus —, coisa que ao fim e ao cabo já os romanos, há dois mil anos atrás, com outros objectivos, é certo, sabiam fazer quando estavam presentes na Península Ibérica e em todo o Mediterrâneo — e não dispunham das modernas tecnologias de comunicação... Como conclui Lucas Pires, no texto citado, «(...) se a Europa sem fronteiras, mesmo sem política de comunicação, constituirá sempre o nosso caminho natural para a «aldeia global» e o apogeu da nossa «sociedade de comunicação», seria bom que dispusesse de meios e capacidades para começar por se representar a si própria». Esta é sem dúvida a grande questão, e continua, do nosso ponto de vista, e deste canto do Sudoeste europeu, a ter, ainda hoje, enorme actualidade.

Dar novos mundos

Em conclusão, importa revitalizar o discurso dos media sobre a Europa por forma a aprofundar essa visão simbólica identitária a partir do conjunto das singularidades — que se deseja ser a visibilidade do real europeu.

Importa captar o que está realmente a acontecer, a verdadeira experiência social, cultural e política europeia. Importa retomar o campo participativo — encontrar alternativas ao modelo representativo e aclamativo em crise de legitimação, captar esse «mundo da vida» que todos ambicionamos venha a ser o exemplo dado pela Europa aos novos mundos que virão para lá deste século. Tal como dantes, a Europa tem para dar novos mundos ao mundo. Acreditamos na virtude civil. Acreditamos que nem tudo está perdido.

* Professor universitário

O Fim do Audiovisual

Poder-se-ia dizer do audiovisual, de certa maneira, o mesmo que Foucault dizia do homem: "Não se trata de descobrir o que ele é, mas de recusar o que ele tem sido".

Recusar, no fundo, a "grande narrativa" generalista, o fluxo abstracto de enunciação específico da máquina televisiva.

Essa é uma incompatibilidade de fundo, parece-nos, entre o optimismo da vontade da comunicação de massa, as utopias adjacentes, e o pessimismo da inteligência dos universos da cultura, do sistema de ensino e, muito em particular, da universidade.

Estaríamos assim a considerar sobretudo o lado "grande público" do audiovisual, ou seja, o campo monopolizado essencialmente pelas tecnodiscursividades tradicionais da paleo-televisão que hoje tomam corpo, de novo, na fragmentação dos sistemas televisivos, naquilo a que Francisco Casati chamava a "neo-televisão".

Essa é, obviamente, uma questão a reter, mas o facto é que o audiovisual, hoje, já não é apenas isso. Hoje, pensar as linguagens e técnicas do audiovisual requer pensar num conjunto de práticas, estratégias e tecnologias, que, para além das poucas discretas sinergias criadas entre detentores do poder mediático, constituem — com a cum-

plicidade e permissividade do legislador e do político, e, logo, também do mercado — uma "aldeia global" repartida entre grandes famílias mediáticas, concentrando meios uniformizando fluxos, instituindo novas legitimidades que dissimulam, em síntese, o desaparecimento da virtude civil, os abismos do sistema participativo e, em acréscimo, a crise de autonomia do sujeito.

Tal como reconhecia Régis Debray "quanto mais se globaliza o nosso espaço económico, mais se balcaniza o nosso espaço político", o mesmo é dizer, quanto mais se globaliza o espaço mediático mais se restringe a diversidade cultural. Ou, de outro modo, como prefere enunciar Touraine, na sua última obra em torno das crises da modernidade, o grande problema não é hoje a ameaça da agressividade, mas antes a evidência da passividade.

Trata-se, portanto, de uma reflexão de grande complexidade, que, por exemplo no plano europeu, nos poderia levar para questões tão específicas (talvez não tanto decisivas) como a cláusula de "excepção cultural" defendida para o audiovisual comunitário no plano da discussão do GATT, ou para a necessidade de resistir aos "mundialismos" e aos impérios macroculturais, de modo a preservar os particularismos, as redes de singularidades, enfim, as identidades, as culturas e as tradições locais.

O campo audiovisual, designadamente o que está ligado aos grandes fluxos de difusão de programas de TV, vídeos e filmes, é, assim, no plano estratégico, e no plano das discursividades e dos contextos histórico-culturais, um dos eixos preferenciais, necessariamente incontornáveis, para a reflexão neste final de século.

Muito embora do que se trate agora é de um novo campo de mediação. Um novo campo que se configura enquanto uma nova era pós-mass media. Do que se trata agora é dos *self media*.

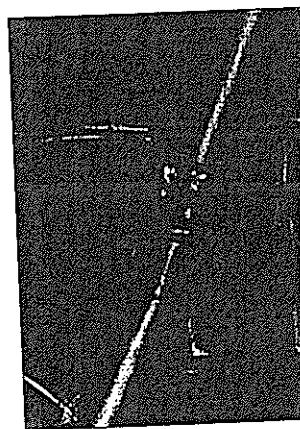
O dispositivo comunicacional de fim de século está de facto marcado por um novo campo mediático, que veio introduzir uma nova complexidade nos estudos sobre os media, a informação, a técnica e o simbólico. Com efeito, a progressiva integração das tecnologias digitais e interactivas no campo dos media, na informação, nos serviços, etc., veio estabelecer

um novo modelo de acesso aos fluxos de informação. No limite, um novo espaço, de complexas relações públicas e privadas — um novo campo de mediação.

Trata-se agora, cada vez mais, em função desse novo processo, de analisar o dispositivo comunicacional —

nal em evolução de um modelo clássico, em "pirâmide", para um modelo interactivo, através do qual se joga uma autonomia crescente do sujeito — um modelo matricial. É a era dos *self-media*, dos media que se destinam aos utilizadores individuais — pc's, fax, telemóvel, bip, etc. —, e que interagem através de redes celulares e de redes interactivas com as realidades virtuais e os complexos multimedia. É a era de convergência entre o audiovisual, as telecomunicações e a informática — o novo complexo integrador que conduzirá ao reforço do paradigma comunicacional e certamente à recomposição da esfera pública e política.

Mais concretamente a interactividade remete para nova lógica comunicacional — para um mundo de possíveis que se configura no facto de deixar de existir "o mesmo programa", para passar a existir um mundo de "programas" e de "navegações", tanto quantos os respectivos utilizadores. Esse é o conceito. Dele surgirá um novo tempo comunicacional que será necessariamente uma nova era política. Doravante falaremos de "transpolítico", de uma sociedade cada vez mais representada e cada vez menos participada. De uma sociedade que à lógica dos consensos em torno de imagens sobreporá a lógica da indiferença das imagens.



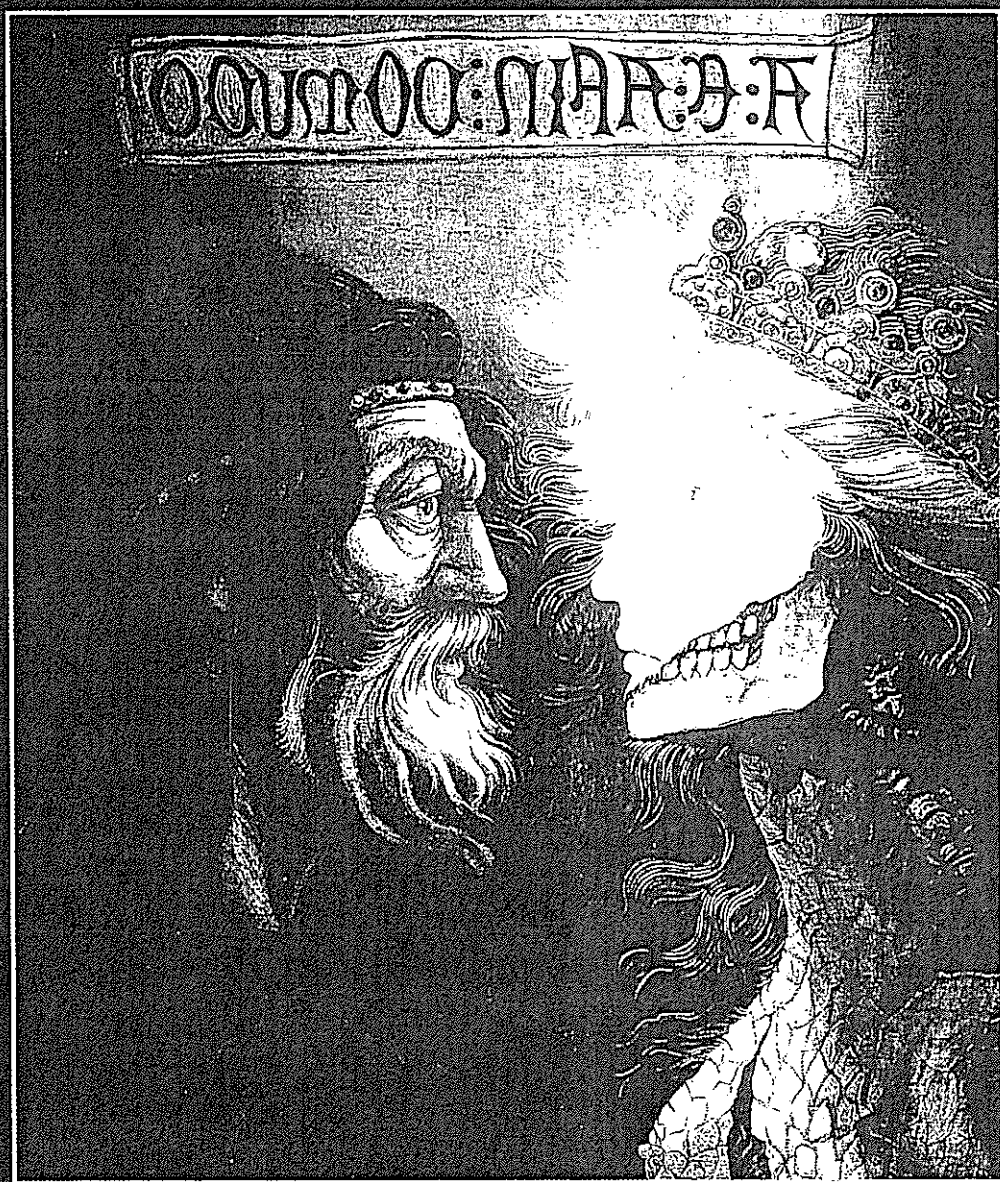
Edgardo Xavier — "Enco-
bleo sobre tela, 1999.



Francisco Rui Cádima

Professor Catedrático da Faculdade de
Ciências Sociais e Humanas da
Universidade Nova de Lisboa

MANCHETTE



*O Poder da
Comunicação*

Sumário

Alberto Arons de Carvalho	6	Mário Bettencourt Resendes	52
Por um mais Amplo Direito dos Cidadãos à informação		A Imprensa do Futuro	
Amândio Basto de Oliveira	8	Eduardo Medeiros	54
Comunicação Social: Uma Nova Política		Imprensa Regional e Desenvolvimento	
Isabel Corte-Real	12	António Gonçalves da Cunha	56
Comunicação: Relações do Poder com os Sindicatos		Comunicar: O Engenho e a Arte	
José Maria Gonçalves Pereira	16	Manuel José Lopes da Silva	58
Alta Autoridade para a Comunicação Social		Comunicação Moderna no Espaço Lusófono	
D. Maurílio de Gouveia	18	José Júlio Gonçalves	60
A Dimensão Ética da Comunicação Social		Informação e Propaganda	
Jorge Rocha de Matos	20	Maria Augusta Babo	64
Comunicação Empresarial: Factor de Competitividade		As Linguagens da Comunicação	
Ludgero Marques	22	Maria Lucília Marcos	66
A Comunicação na Empresa		Comunicação e Racionalidade Ética	
Augusto Canedo	24	Mestre Lima de Freitas	68
A Comunicação e o Futuro		Transdisciplinaridade Rumo ao Futuro	
Américo Guerreiro	26	Maria José Craveiro	70
É Preciso Ter Tempo Para Ter Ideias		Uma nova Comunicação: a Palavra e a Imagem (?)	
Fernando Tavares Rodrigues	28	Isabel Maria Férrin Cunha	72
Comunicação e Publicidade: A Ética da Sedução		Ensino e Comunicação	
Salvato Telles de Menezes	30	Virgílio de Carvalho	74
Comunicação Publicitária da Persuasão		A Propósito de Estratégia e Comunicação	
Francisco Rui Cádima	32	David Mourão-Ferreira	76
O Fim do Audiovisual		A Literatura como Comunicação	
António de Sousa Lara	34	Urbano Tavares Rodrigues	78
A Ideologia do Mercado		A Sociedade, o Tempo e a Literatura	
António de Souza-Pinto	36	Natércia Freire	80
A Actualidade Real do Livro		Poesia — Instrumento de Comunicação	
José Antunes Ribeiro	38	António Vitorino de Almeida	84
As Letras em Protesto ou a (in) Comunicação		Música e Comunicação	
Manuel Braga da Cruz	40	Mário Viegas	88
O Poder e os Media		Teatro: Veículo de Comunicação	
Guilherme Silva	42	Fernando Pessa	90
Pluralismo e Comunicação Social		Os Dias da Rádio	
Maria Eduarda Azevedo	46	Ezequiel Santos	94
A Comunicação Social e a Imagem da Mulher		Movimento e Sentido	
Vítor Dias	48	Aura Lança Coelho	96
Pluralismo: Arqueologia ou Modernidade?		O Interesse em Dizer	
Fernando Rodrigues Rocha	50	Padre João Seabra	98
Informação, Comunicação Social e Agências Noticiosas		Notas de Incomunicação	

As ilustrações que acompanham os textos são de artistas plásticos de países de língua portuguesa

DIRECTOR

Maria da Luz de Bragança

MAQUETAGEM E PAGINAÇÃO ELECTRÓNICA

Vitor Frias

EDITOR E PROPRIETÁRIO

Gabinete 1 — Imprensa, Promoção, Relações Públicas, Lda.

Rua de São Bento, 311 - 3º Esq., - 1250 Lisboa

Tlf. (01) 396 17 71 (8 linhas) Fax. (01) 60 56 88

IMPRESSÃO

Tipografia Peres

Venda Nova - Amadora

PRODUÇÃO - Gabinete 1

Publicação Registada na DGCS com o nº 110243

Editor nº 211326 Dep. Legal nº 61894/92

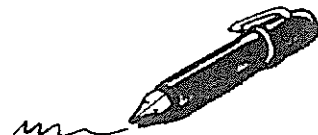
ISSN 0872-3303



A 1ª edição deste número tem uma tiragem de 30 000 exemplares

— Esta Revista foi impressa em CREAMSTAR da Torras Papel —

Edição Especial — Novembro 1995

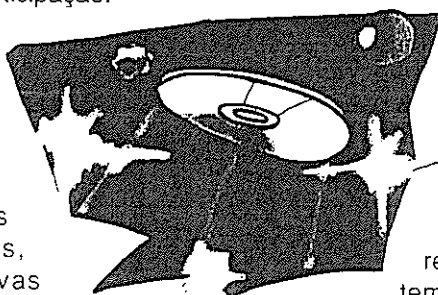


INTERACTIVIDADE: UM ESPAÇO VIRTUAL DE PODER

Francisco Rui Cádima *

O novo complexo multimedia interactivo configura-se numa nova discursividade, na qual, ao contrário dos sistemas clássicos - filme e televisão -, cada um de nós terá a sua própria expressividade, a sua própria participação.

Pensar as novas linguagens e técnicas do multimedia, hoje, requer de facto uma reflexão sobre as práticas, estratégias e tecnologias do novo campo comunicacional, já não apenas enquanto sistema repartido entre grandes famílias mediáticas, concentrando meios, uniformizando fluxos, instituindo novas legitimidades, mas enquanto abismo desse modelo, isto é, enquanto modelo alternativo, na medida em que comporta um espaço virtual de poder que reverte a favor da progressiva automatização do sujeito moderno.



Com efeito, a progressiva integração das tecnologias digitais e interactivas no campo dos media, na informação, nos serviços, etc., veio estabelecer um novo modelo de acesso aos fluxos de informação. No limite, um novo espaço, de complexas relações públicas e privadas. Em síntese, um novo campo de mediação que é cada vez mais um novo espaço-tempo onde "real" e "virtual" interagem entre si, repondo de uma nova forma a questão da dominação e do político, e evidenciando novas microfísicas de poder disseminadas cada vez mais pelo campo social. Essa é, no fundo, a nova virtude civil.

Trata-se agora, em função desse novo processo, de analisar o dispositivo comunicacional em evolução de um modelo clássico, em "pirâmide", para um modelo interactivo, através do qual se joga essa autonomia crescente do cidadão - um modelo matricial. É a era dos "self-media", dos media que se destinam aos utilizadores individuais e que interactivam através de redes digitais, de banda larga, celulares, por satélite, por cabo, de forma interactiva ou não.

É, em suma, a era de convergência entre o audiovisual, as telecomunicações e a informática - um complexo integrador que conduzirá ao reforço do paradigma comunicacional e seguramente à recomposição da esfera pública e política. Desse modo esbater-se-ão os receios de Alain Touraine,

quando diagnosticava a crise de modernidade pelo excesso de passividade. O futuro será ganho pela participação do cidadão - e essa só emergirá com o suporte das redes matriciais.

A interactividade remete para nova lógica comunicacional - para um mundo de possíveis que se configura no facto de deixar de existir "o mesmo programa", para passar a existir um mundo de "programas" e de "navegações", tantos quantos os respectivos utilizadores. Esse é, de facto, o conceito. Essa é a nova lógica comunicacional.

A interposição de uma logotécnica biunívoca e multimodal neste novo sistema potencia, por assim dizer, as suas virtualidades de forma exponencial. A aparente limitação, ou mesmo subordinação, do mundo de possíveis da poética cinematográfica - ou das videoplastias - à lógica algorítmica, é reconvertida na sua própria disponibilidade em tempo real. O "esquecimento" torna-se memória e, virtualmente, todos acederemos, de forma descontinuada, a esse arquivo. Que será, no fundo, o repositório global da informação, da arte e da ficção, isto é, o património fundamental do conhecimento.

Por outro lado, a lógica hipertextual, as contínuas recorrências e navegações, podem configurar porventura a contextualização e a organização de uma realidade, mas dificilmente deixarão submeter à ordem da técnica a lógica do utilizador. Poder-se-ia inclusivamente prever que a iconicidade dos novos sistemas multimedia reenviam para ideografismos que repõem o "excesso de objecto" que a escrita, enquanto "sistema da crueldade", enquanto lógica fechada de convenções, como dizia Nietzsche, sempre reprimiu. Essa não será certamente a sua menor qualidade.

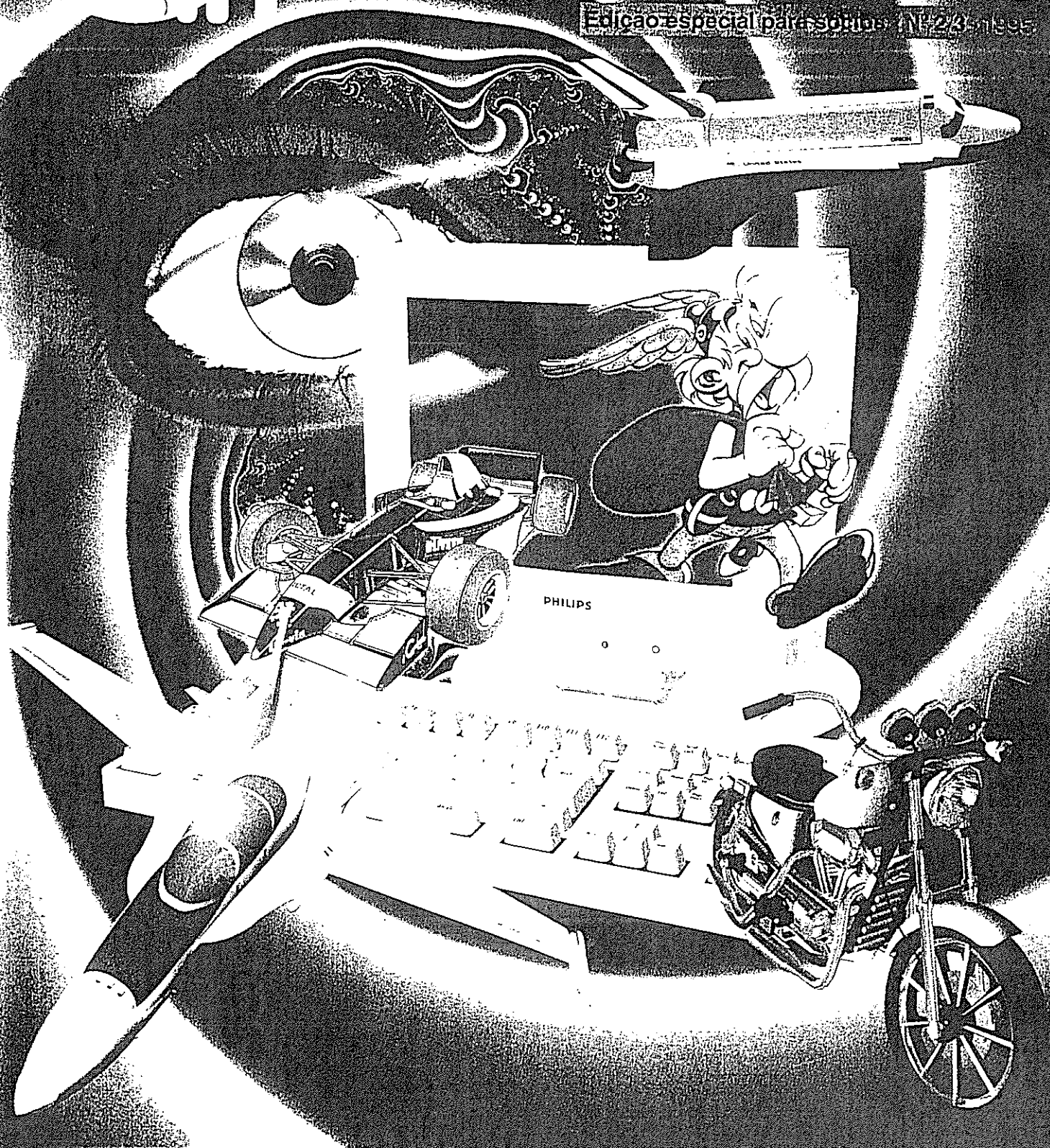
Finalmente, o dispositivo interactivo, ao suspender a lógica audiovisual, deixa também emergir progressivamente o fim da noção de receptor passivo. As novas navegações interactivas serão, assim, uma nova libertação face à lógica unívoca do sistema mass-mediático predominante neste século XX. Doravante viveremos a superação desse constrangimento.



* Professor no Departamento de Ciências da Comunicação (FCSH-UNL)

WAGNER MULTIMÉDIA

Edição especial para sorbus Nº 24 - 1995



**OFERTAS E PROMOÇÃO
NAS PÁGINAS CENTRAIS**

Strategic network for peripheral countries



Francisco Rui Cádima
Responsável pela área Audiovisual e Media Interactivos do Departamento de Ciências da Comunicação (Faculdade de Ciências Sociais e Humanas - Universidade Nova de Lisboa). Professor Auxiliar do mesmo Departamento. Doutorado em Comunicação Social (UNL). E-mail: fruicadima@telepac.pt

FRANCISCO RUI CÁDIMA says it makes no sense for peripheral countries in Europe to be outside the global electronic network, which is arousing great interest in Portugal. He is Assistant Professor in charge of audiovisual and interactive media studies in the Department of Communication Science at Universidade Nova de Lisboa.

The multi-media revolution sprang from the situation created by the integration of the computer industry (software and hardware), the entertainment world (cinema, video, TV), and communications in general (including newspapers, publishers and network managers).

Due to the interaction between the different systems, there is the possibility of working with applications of a high interactive capacity. The user can select, receive, work on and send any kind of information from his own terminal to any other part of the network. Everything is done through the on-line plan which is paving the way for advanced interactive systems and also interactive television, distributed through information highways, or even through the internet.

It is this concept of interactivity that allows us to imagine the internet as "the largest market in the world." There is a story about an American car concessionaire who advertised through the internet and in less than a month had received 10,000 requests for further information as well as having sold several hundred cars.

Could the internet be the main support of future interactive television? It is very possible. Computer television is just around the corner and it's extremely likely that, through the future set top boxes, operators and large communication groups will be able to relax their efforts, allowing images to circulate through networks simpler than the fibre optic ones such as, for example, ordinary copper telephone cables.

Obviously, it makes no sense whatever to be outside this global network. The net is also a virtual power space that will have an active role in the evolution of representative societies into societies of solidarity and participation. In this way the internet is already a vital, strategic network for countries, like Portugal, on the periphery. Today, on the eve of a new century, nobody can ignore it. We all understand what we are dealing with: the net is the new alphabet in human communication.

There is great interest in the internet in Portugal, with books published by Portuguese authors and dozens of conferences and seminars held. The media has recognised the internet as an indispensable communication platform in the world of information. Newspapers now have their own electronic editions running on the net.

The internet was first accessed in Portugal in 1986 and was funded by the FCCN (Foundation for National Computer Science - Fundação Científica Nacional). Later, in 1990, PUGG (Users of the Unix System - Grupo de Utilizadores do Sistema Unix) started to make available email services and access to newsgroups, launching, three years later, other internet facilities.

How many Portuguese are now linked up to the internet? We know there is a group of 21,000 networks, 40 million users on 2 million computers distributed around 68 countries. In Portugal there are about 10,000 terminals linked up to the net. More than two thirds are operating through university networks, which means that each terminal has, on average, between six and ten users. Therefore, we can say there is a total of around 140,000 regular users of internet. An average of 100 new contracts a day are being made through Telepac (public operator of the data communications network) which has been offering these services since September 1994. There are other operators giving access to the network.

Institutions and businesses use the service, many with their own homepage. It is clearly a great business opportunity for many Portuguese companies. The ease of access to email could bring incalculable benefits to large organisations. Several hundred Portuguese companies use the net to receive and send information as electronic mail, as a shop window for products on line, for the creation of services and information destined for the World Wide Web and also for banking services and operations - and this is only the beginning. In spite of it all, there are still some Portuguese universities not yet on line.

Contents

New horizons for information power	6
Browsing through your company.	8
Exchange without garbage	10
Internet como rede estratégica para os países periféricos . . .	12
Strategic network for peripheral countries	13
Messages motivate.	14
Wissen Motiviert	14
Einst nationale Konkurrenten – jetzt europäische Partner . . .	16
Eurocopter partners break down barriers of mistrust.	18
FEIEA – the means of making communication work in the Europe of tomorrow	20
Grand prix judge's verdict at the winning post.	22
Einsame Gipfelstürmer oder Krisenmanager?	24
A lonely mountain climber or a crisis manager?	28

INDEX to directory of European national associations and members.	35
FEIEA	36
Austria	38
Belgium	40
Britain.	50
Denmark.	75
Germany.	80
Holland.	86
Hungary	87
Italy	90
Portugal	94
Slovenia	99
Sweden	101
Switzerland	102



**communication
europe**

**1997-
1998**

£25

**News magazine guide to corporate
communications in Europe**

**Federation of European Industrial
Editors Associations official directory**

Destaque

Prémio de História Contemporânea

O prémio concedido pelo Conselho Cultural da Universidade do Minho distingue, este ano, o trabalho de uma colaboradora



da História, Helena Pinto Janeiro, subordinado ao tema «Saazare Pele» contributos para a história das relações luso-francesas durante a Guerra Mundial (1914).

A publicação breve pela Editorial Cosmopolis.

Trata-se de uma investigação levada a cabo no âmbito do Mestrado de História dos Séculos XIX e XX (segundo século XX) da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, com vista à obtenção do grau de Mestre.

O Lugar da História

O canal 2 da RTP - traz-nos este mês três documentários com aproximadamente 25 minutos cada: O Cerco de Espinosa e O Cerco de Gonsalves, no dia 15 de maio de 1666, e A Proclamação da Verdadeira Cruz, no sábado, cerca das 22.00h.



Reflexões sobre o Neo-Realismo

De 13 a 15 deste mês decorre, no Palácio do Sobralinho, em Vila Franca de Xira, o encontro Neo-Realismo: reflexões sobre um movimento, perspectivas para um museu.

Esta iniciativa da Câmara Municipal de Vila Franca visa, fundamentalmente, reunir «o estado actual das questões em matéria científica nas aproximações ao neo-realismo» e, em simultâneo, contribuir para melhor situar o museu no cumprimento da sistematização de fontes e informações em torno do movimento cultural que lhe serve de objecto.

Dividido em quatro grandes painéis — Contextos Históricos: inquéritos globais ou parcelares de História Política, Cultural e das Ideias; Marxismo, Realismo e Representação: relações ideológicas-arte no Neo-Realismo. Real, realidade e «animismo». Pluralidade e individualidade na expressão: os autores, as

obras: Um Tránsito de Influências: Portugal, Brasil, África - jogo das relações e influências na literatura e na arte e, finalmente, O Museu do Neo-Realismo. Eduardo Lourenço, Carlos Reis e Orlando Amaral introduzir, respectivamente, os três primeiros painéis deste, sendo a conferência de abertura do encontro proferida por Urbano Tavares Rodrigues.

Para além do contributo de inúmeras personalidades do mundo académico e da museologia presentes, nacionais e estrangeiras, cumpre destacar a realização da visita ao Museu do Neo-Realismo no dia 13, pelas 11.30h, bem como a inauguração da exposição sobre Augusto Gomes, no dia 14, às 19.30h.

Para mais informações, contactar: Museu do Neo-Realismo. R. José Dias da Silva, 2-2, 2600 Vila Franca de Xira. Tel: (063) 26031, ext: 670/2.

Alfred Stepan e a Democracia

Não perca no dia 20, às 21.30h, a comunicação que Alfred Stepan profere no Auditório 2 da Fundação Calouste Gulbenkian, subordinada ao tema As Transições para a Democracia na Europa Central e do Leste. O professor de Oxford é o convidado deste mês do Ciclo

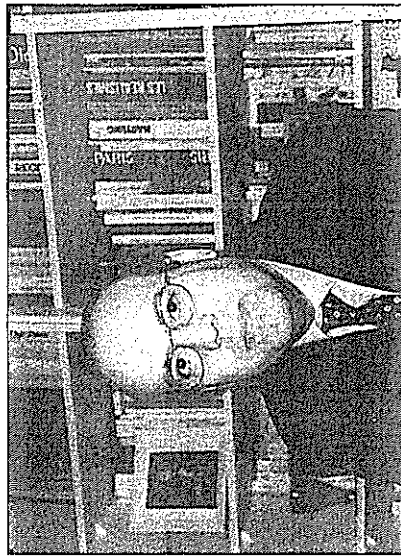
Francisco Rui Cádima
Media, Política e História

Qual o âmbito dos projectos que tem em curso e para quando prevê a conclusão dos mesmos?

Trabalhar na área da História dos Media é, de algum modo, provocar, de forma não deliberada, um confronto com as chamadas «feridas» da História do presente. Decorre do próprio objecto em questão, o século XX tem sido o século da comunicação de massa e dos novos media. Através das novas mediações simbólicas e tecnológicas transcorre todo um universo fácil de gerir, concretamente, do ponto de vista das práticas do historiador, uma vez que, de algum modo, o trabalho sobre o arquivo dos media é também uma releitura e uma reescrita de uma certa forma de fazer pré-elaborada através das práticas do jornalismo. O que significa, paradoxalmente, que a análise do discurso de um determinado meio de comunicação nos conduz essencialmente à história desse mesmo meio e não à história *tout court*.

Mergulhado nestas preocupações, avancei inicialmente com uma investigação, no âmbito do doutoramento, sobre a história da informação televisiva em Portugal ao tempo da ditadura (ver texto nesta edição), trabalho que me devolveu, com alguma nitidez, a imagem de uma certa promiscuidade entre o campo político e os media.

A continuação dessa pesquisa no pós-25 de Abril ficou, desde logo, agendada. Importava estabelecer uma análise comparada entre os monopólios de Estado, no audiovisual, ao tempo da ditadura e na fase de institucionalização do regime democrático. É esse trabalho que estou agora a desenvolver no âmbito de uma *História da Comunicação Social em Portugal*, projecto que coordeno, para a Editorial Estampa, e no qual conto com um grupo de co-



marcelista, da rádio do período revolucionário e do fenómeno das rádios locais, onde colaborarão Fernando Serejo e Ana Paula Azevedo; finalmente, um estudo retrospectivo também ao aparecimento da televisão em Portugal, à evolução do monopólio de Estado até ao surgimento da concorrência televisiva, da qual estou encarregue eu próprio.

Fundamentalmente, o que se pretende é reflectir sobre o carácter «monumental» da realidade histórica enunciada nos media, através da genealogia dos novos contextos e sistemas comunicacionais e também da análise do seu campo discursivo, numa perspectiva histórico-cultural e sociopolítica, de modo a problematizar a natureza dos acontecimentos que ascenderam à «idade histórica» de um campo instrumental por excelência e, inclusivamente, a natureza de uma história dos media que tem sido a história de um fluxo unívoco de dominação.

Quais os seus principais colaboradores?

No 1.º volume, referente à História da Imprensa, teremos a colaboração de José Manuel Tengarrinha, com uma abordagem que se inicia na imprensa românica e termina no fim da República. Graça Franco analisará o Estado Novo e a Censura, José Rebelo tratará a Imprensa no pós-25 de Abril, tal como J. M. Paquete de Oliveira, com um enfoque sobre formas de censura no pós-25 de Abril.

Quando ao 2.º volume, dedicado em particular à História da Rádio e da Televisão, teremos uma perspectiva da emergência da rádio em Portugal e da rádio durante o Estado Novo, por J. L. Leão de Barros e Maria Filomena Abreu. Depois, uma análise da primaver

Francisco Rui Cádima é professor auxiliar de Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

Televisão e Poder

Este texto não é pura ficção. Qualquer semelhança entre as alusões aqui reproduzidas e a realidade construída por cada leitor será, porventura, uma feliz coincidência.

Uma nova política

De uma forma geral, a televisão sempre se deu bem com o poder e com as políticas "maioritárias". Em algumas vezes, de tão bem se darem, e de tanto confiarem uma (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 disso se queixaria - e todos sabemos como esse concubinato foi severamente traçado.

Uma nova política

Excluídas as circunstâncias imprevistas, tudo se passa ao longo da vida política, entre a televisão e o poder, como se fosse um jogo de cartas. E, neste jogo, a televisão é sempre a carta mais importante.

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, ver-



Canal Parlamento

dadeiramente, "o poder". O onnisciente e onnipresente poder.

Durante muito tempo se pensou assim, mas à 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. Pois seja.

A neotelevisão

E aí está agora a chamada neotelevisão, 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.

Pois não. E disiludam-se todos aqueles que querem que se lhes conte a sociologia da televisão em quatro curtos episódios de vinte e cinco minutos cada. A neotelevisão será a *releitura* da proto-televisão, apenas lhe recicla e multiplica o modelo. Mas esta simples operação histórica é, aparentemente, trágica para a velha política. Qualquer pequena manipulação do modelo não será fácil remediar para os artifícios de todas as montagens e os produtores de acontecimentos.

Nada melhor que um Canal Parlamento

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 do que um Canal Parlamentar.

Os telhados de vidro sempre existiram na política. Mas, agora, todos temos de nos felicitar pelo facto desses telhados aguentarem com umas câ-

maras 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 "intramuros" e extra-regulamento ou protocolos. Espera-se, por isso, do Canal Parlamento, não um tratado de protocolos político-televisivos, mas um 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. ●

Os telhados de vidro sempre existiram na política. Mas, agora, todos temos de nos felicitar pelo facto desses telhados aguentarem com umas câmaras de televisão em cima.



Da Indústria de Conteúdos à Interactividade

**A sociedade de informação, com o seu mito de sociedade
de abundância interactiva, afinal não passará, apenas,
de um hipermercado electrónico ao domicílio?**

Francisco Rui Cádima (*)

Vive-se agora uma nova crença - porventura nada estranha ao fim de milénio através da qual cibernautas - e candidatos a... - glorificam as teletecnologias como espécie de purga para todos os males e, sobretudo, como solução quase mágica para velhos atavismos reconfortados por designações grandiosas, como a «luta contra a info-exclusão» e os «caminhos para a sociedade do conhecimento».

Na prática, as coisas são bastante mais complicadas.

A tarefa imensa

Mas, pela imensa tarefa que nos espreita a todos, isto é, pela necessidade de alimentar redes de distribuição digitais com os famigerados «conteúdos», visualiza-se um interminável campo de trabalho, um inextinguível filão de imaginários, que poderá ser a riqueza de muitos de nós, ainda pobres navegadores de mares insondados.

É nestes momentos, precisamente, que a crença reconforta e a crítica desassossega.

Acreditemos, pois.

O sistema QUBE, lançado pela Warner em Dezembro de 1977, pretendia então corresponder à tendência para uma maior individualização do consumo de programas de televisão. Sem grande sucesso.

A segunda experiência

Na sua experiência de *pay per view* em Queens e Brooklyn, lançada em Dezembro de 1991 pela Time Warner, cerca de um terço dos 150 canais da rede integravam serviços de vídeo on demand, telecompras, serviços financeiros, informação médica, formação profissional, e «ppp» (*pay per play* - jogos vídeo).

Surge o VOD

Depois surgia a experiência de Orlando, na Florida, também da Time Warner. Tratava-se agora de um sistema designado por Full Service Network (FSN).

Entre os diversos serviços podia contar-se o *video on demand*, jogos vídeo, bases de dados, telecompras interactivas, educação e formação ao domicílio, etc.

tria nos EUA, onde se dizia, aliás, que o teleshopping era «uma verdadeira história de amor que reúne dois dos passatempos preferidos dos americanos: o consumo e a televisão».

Recorde-se a HSN (Home Shopping Network), praticamente a rede pioneira deste novo serviço.

O arranque, nos EUA, dá-se em 1985, e em 1991 este canal tinha já 5,5 milhões de clientes, dos quais quatro milhões efectuavam pelo menos quatro compras por ano.

Mestrados através do ecrã

Outros são os serviços específicos na área da educação, que permitem obter «masters» das universidades promotoras. O projecto Mind Extension, desenvolvido em colaboração com a Universidade de Denver, é um serviço de teleformação.

Propõem-se diferentes cursos e por correio electrónico estabelece-se a comunicação entre professores e alunos.

Boas perspectivas

Em termos experimentais, as perspectivas até finais dos anos 80 não eram más.

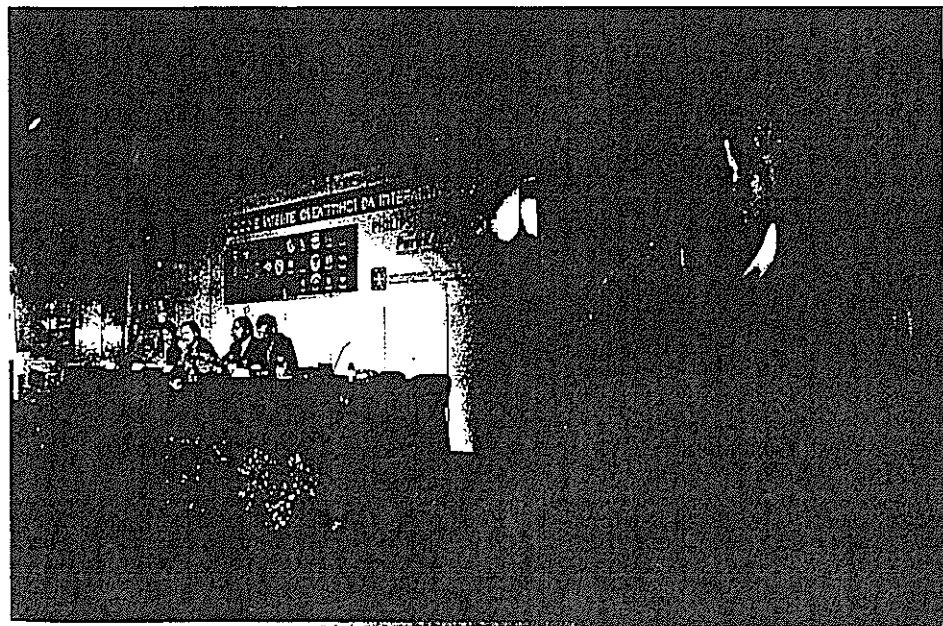
Inclusivamente, o indicador de base do crescimento do mercado mundial das telecomunicações - 7,2 % ao ano até ao final do século - significava o duplicar do índice do conjunto da economia.

O lema do vice-presidente

O famoso lema de Al Gore - «levar a revolução da informação a cada aula, hospital e biblioteca antes do final do século» - tornava-se assim uma realidade mais que virtual. Um relatório norte-americano do Banco de Investimento previa também uma «explosão» interactiva iminente no mercado norte-americano.

Crescimento de 300 % ao ano

Ao nível do multimedia interactivo de consumo, onde o crescimento nos grandes mercados está a fazer-se a uma ta-



Caminhos ou, apenas, atalhos?

De qualquer modo, os caminhos para a interactividade são ainda atalhos e encruzilhadas de perigos. Recordem-se algumas tentativas passadas.

As vendas para donas de casa

A estes sistemas pioneiros junta-se depois o *home shopping*.

A venda através da televisão tornava-se assim uma verdadeira indús-

xa de 100% ao ano (nos EUA, 5-6% dos lares assinam serviços interactivos).

Em termos de receitas, em 10 anos (1996-2006), Europa, EUA e Japão passarão de 2220 milhões de USD para 73257 milhões de USD (estimativa OVUM).

Isto é, um crescimento de cerca de 300 por cento ao ano!

A grande questão

Mas a grande questão que se coloca quando se pensa em termos de tecnologias interactivas e nomeadamente na receptividade do consumo aos novos serviços interactivos é saber se os novos serviços interactivos criam realmente a possibilidade de uma participação efectiva do cidadão rumo à temível democracia electrónica.

Em termos mais prosaicos, nos últimos dois anos a principal mudança a que temos vindo a assistir neste sector ficou marcada essencialmente por mercados cada vez mais competitivos num quadro local/global; pela decepção relativamente às expectativas do *video on demand*; pela adesão exponencial à Internet através de tecnologias híbridas, quer no plano do consumo quer no plano cultural.

Estratégias

No âmbito das estratégias de fornecedores de serviços assiste-se ao desenvolvimento de sinergias e alianças, onde a diversificação da oferta e integração de serviços dão o mote. Internet, MMDS e difusão directa por satélite ou cabo, não se excluem, bem como as estratégias integradas entre produtores e distribuidores de conteúdos.

O desenvolvimento de interfaces simples, as soluções globais no plano da conexão, a assistência permanente e as tarifas de acesso a preços competitivos são outros requisitos estratégicos nesta área.

Democratizar o acesso

No médio/longo prazo, espera-se que a utilização maioritária dos serviços interactivos por parte de um público especializado seja ultrapassada pelo 'grande público'.

Na distribuição, conta sobretudo a digitalização, por um lado pelo aumento do número de canais, por outro lado para potenciar a interactividade, e ain-

da pelas capacidades múltiplas ao nível dos conteúdos de lazer, dos serviços interactivos e do próprio telefone.

A gestão de conteúdos

Finalmente, no âmbito da gestão de conteúdos, quer desenvolvida pelos detentores de infra-estruturas quer como gestão de serviços autonomizada, trata-se, numa perspectiva estrita de mercado, de alargar a base de utilizadores e de potenciar as capacidades para publicidade.

Neste domínio importa considerar também todo um conjunto de conteúdos culturais e educativos que possam vir a beneficiar de incentivos públicos à sua produção e distribuição.

A convergência

E quanto à convergência propriamente dita, convém não perder de vista a cada vez maior importância dos serviços interactivos para nichos de mercado, não esquecendo o «pleno» da integração - televisão, telefone e Internet.

Mas as novas navegações interactivas serão, de facto, uma nova libertação face à lógica unívoca do sistema mass-mediático predominante neste século XX?

Pondere-se no facto de o grau de interactividade do dispositivo tecnológico e comercial não equivaler a um nível correspondente de democratização do meio em si - seja ele a Internet, o Cabo ou o Satélite.

O mito da sociedade de abundância

A questão é que ao mito da sociedade da abundância interactiva corresponde, em geral, o modelo das representações sociais e de consumo da era industrial.

Nessa perspectiva, a sociedade da informação corre de facto o risco de se tornar um hipermercado elec-

trónico ao domicílio.

A questão essencial

Uma referência ainda à questão que me parece essencial: se é certo que a produção de legislação no campo comunicacional sempre se tem determinado ao interesse do campo político e da sua esfera de influência, como é que a nova lógica comunicacional, potencialmente assente no direito inalienável à comunicação e à cidadania, e também no reforço da comunicação pela interacção social, pode vir a impor-se como a regra primeira a respeitar de forma a que o processo de democratização - de participação activa do cidadão na nova esfera dominada pelas teletecnologias - possa surgir de forma inequivocamente



transparente?

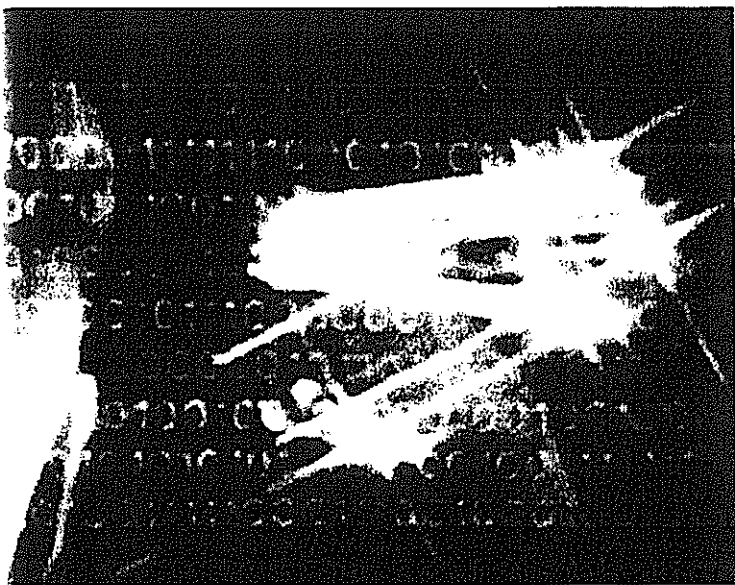
A era da convergência

É, em suma, a era de convergência entre o audiovisual, as telecomunicações e a informática - um complexo integrador que conduzirá ao reforço do paradigma comunicacional e seguramente à recomposição da esfera pública e política, que aqui está em causa.

E se a Internet pode vir por satélite, ou através dos 220 volts, se o telefone pode ser vendido pelo cabo, e se a televisão nos pode chegar através de um PC/TV, para o caso tanto faz: seja pela forma que for, o importante é que a resposta possa ser dada, isto é, que a interactividade não fique subordinada apenas a uma lógica comercial e atenda às reais necessidades de uma política e de uma prática para a Sociedade de Informação.

(*) Colunista do Expresso e docente da UNL

TV interactiva já mexe



Sabia que a TV interactiva já funciona na Florida? De qualquer forma, prepare-se porque, daqui a quatro anos, seis milhões de europeus terão acesso à interactividade.

***Every single
interactive system
has failed***

Ted Turner

Rui Cádima

Alguns artigos publicados recentemente na imprensa da especialidade têm chamado a atenção para o

facto de se registar uma certa frustração em relação à anunciada televisão interactiva nos grandes mercados mundiais, designadamente norte-americanos, europeus, mas também japoneses, australianos e de Hong-Kong. É um facto que os principais projectos não têm decorrido da melhor forma. Mas também é um facto que ninguém está a dar muita importância às palavras de Ted Turner citadas em epígrafe. Para a televisão inte-

ractiva é claramente o tempo da experiência.

Segundo alguns analistas, nos EUA, a falta de entusiasmo pela televisão do futuro fica a dever-se a uma certa descoordenação entre a inovação tecnológica propriamente dita, e as expectativas e capacidades do consumo.

Já há TV interactiva na Florida

A experiência mais conhecida de televisão interactiva plena tem vindo a ser desenvolvida em Orlando, Florida, pela Time Warner. Com um total de quatro mil lares aderentes, este projecto experimental lançado por aquele gigante da comunicação pretende testar um serviço de televisão interactiva onde não falta nada: filmes (*video-on-demand*, que é o serviço de maior sucesso, apesar do leque de opções se circunscrever por enquanto à centena de títulos), desporto, telejogos, telecompras, etc.

As dúvidas em relação a este sistema interactivo da Time Warner colocam-se designadamente em relação à lentidão da rede e à sua alegada frequente inoperacionalidade (para testes, modificações, estudos, etc.). Entretanto, ainda até ao fim deste primeiro semestre de 1996, a Time Warner

já anunciou preparar-se para integrar na sua rede interactiva serviços bancários e um sistema de distribuição de refeições ao domicílio.

Mas outros concorrentes de peso se perfilam já no mercado.

A aliança entre a Microsoft e a NBC, anunciada no final de 1995, pretende lançar ainda em 1996 um canal de cabo na área da informação, mais concretamente um canal 'on-line', interactivo, onde o conceito de difusão televisiva se integrará com o conceito de interactividade, o que conduzirá o campo dos media, designadamente os sistemas 'broadcast', para o domínio da rede matricial, de pleno acesso e de interactividade real, o que naturalmente introduzirá problemas insuspeitados, como, por exemplo, a possibilidade do campo da recepção intervir antecipadamente em relação a um trabalho de reportagem ou a uma entrevista. Esta possibilidade tem sido vista, aliás, como uma forma de redução da autonomia do próprio jornalista, na medida em que passa a estar 'on-line' com o próprio leitor, ou com a sua audiência.



das aos video-servers, integram sistemas de potencialidades exponenciais. Basta dizer que a TV interactiva do futuro poderá armazenar a "videoteca universal" no que se refere aos filmes: à totalidade dos filmes. Mas é também possível que os "popular TV shows", as notícias "históricas", e outros programas que fizeram história na televisão venham a integrar os servers do século XXI. Dai, também, que o negócio dos video-servers seja um dos de mais rápido crescimento até ao final da década. Repare-se que em 1993 as receitas neste segmento foram de apenas 16 milhões de dólares, quando as estimativas para 1997 são de 5.189 milhões de dólares (estimativa Dataquest).

- Deutsche Telecom

O operador público de telecomunicações alemão está a apostar claramente nos projectos-piloto para televisão interactiva. Em Berlim, por exemplo, desde Fevereiro de 1995 que os assinantes de televisão por cabo podem aceder a serviços de video interativo, 'on demand' (pay per view, pay per channel, video on demand), desde que tenham o respectivo sistema descodificador. As experiências de TV interactiva na Alemanha deverão decorrer em diversas cidades alemãs simultaneamente, por períodos



que oscilarão entre ano e meio e dois anos e meio.

- Lyonnaise Communications

Em França, a Lyonnaise propõe-se lançar no cabo de Annecy um sofisticado conjunto de serviços interactivos, incluindo um serviço 'PC câble évolutif', para os assinantes que possuam computador pessoal. Para poder oferecer os referidos serviços, a Lyonnaise desencadeou uma série de parcerias com editoras musicais, bancos, empresas informáticas. O sistema de Annecy será, tal como o da Time Warner em Orlando, um Full Service Network. Como

curiosidade, o facto de ser um dos primeiros projectos interactivos a propor através do cabo o

chester e Ipswich). Surge entretanto a citada aliança entre três operadores de cabo norte-ame-

The Montreal Gazette
 Welcome to The Gazette's
 cable news service - read
 today's top stories now!
 1 World 4 Lifestyles
 2 National 5 Sports
 3 City 6 Business
THE MONTREAL GAZETTE
 For Home Delivery
 Call 987-2400

acesso directo à Internet.

- Bell Cablemedia/
 Nynex TeleWest

A desregulação thatcheriana trouxe para o Reino Unido empresas norte-americanas como a TCI e a Nynex, que vêm a lançar algumas experiências de TV interactiva e de video-jogos em lares da região de Londres, sabendo-se de projectos na área do video-on-demand lançados ainda em 1994 pela British Telecom e de outros que ainda possuem (2500 lares em Col-

ricanos com o objectivo de testar no mercado inglês um conjunto de serviços interactivos (serviços bancários, video-on-demand), quer para o público em geral, quer para os próprios operadores de cabo já existentes no mercado. Mas há ainda os ensaios da General Cable, filial da GÉNÉRAL des Eaux, cujo grupo de trabalho desenvolve serviços interactivos junto da associação dos operadores de televisão por cabo (experiência de teletrabalho em Windsor).

meteo **PREVISION**
Montreal
 SANEDI MATIN 1°C
 APRES-MIDI -1°C
 SOIR 0°C



Seis milhões na Europa

De um modo geral, as experiências interactivas que, desde há cerca de dois anos arrancaram nos EUA, estão agora a passar para a Europa, que também já tem vários projectos-piloto a decorrer.

Apesar de muitas das opiniões sobre a televisão interactiva serem pessimistas, a verdade é que para a Europa, calcula-se que no ano 2000 teremos um potencial de 6 milhões de subscritores de serviços interactivos. O mais natural é vir a acontecer o que já sucedeu nos Estados Unidos: nenhuma data será cumprida em relação ao lançamento dos diferentes projectos. Mas não será por isso, também, que vamos deixar de ter cada vez maiores expectativas em relação à televisão do futuro.

Vejam-se os primei-

ros ensaios na Europa, alguns deles, aliás, a avançar em cooperação directa com empresas norte-americanas, e outros ainda apenas no papel - e não se perca a cal-

ma: a Portugal vai também chegar a sua vez.

-Thomson

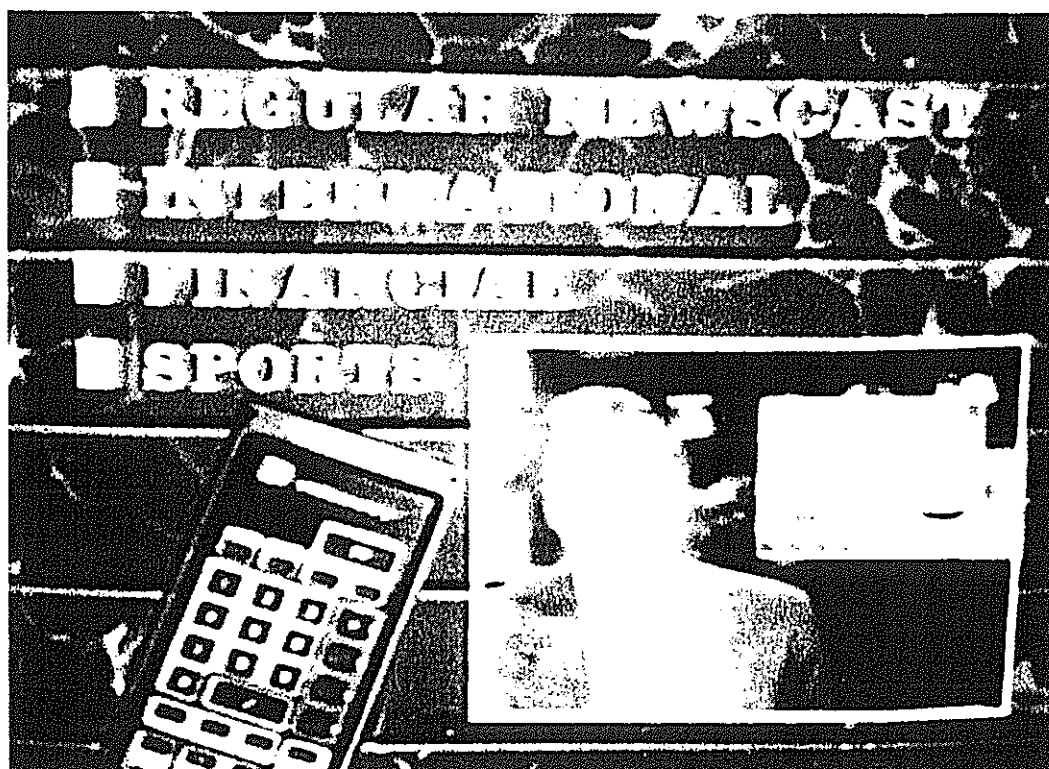
Multimedia Sun.

Trata-se de um projecto anunciado em Junho de 1995, designado por Open TV. É um sistema de televisão interactiva que avançou desde logo com um cliente - os holandeses da Irdeto, que operam para a Nethold (Filmnet e Multichoice). Este distribuidor propunha-se então lançar comercialmente o serviço nas suas filiais, tanto na Europa como na África do Sul, embora não em exclusividade. O modo de funcionamento é por 'tele-carregamento' da aplicação pretendida (guia de programação electrónica, publicidade interactiva,

reserva de bilhetes, telecompras, jogos interactivos, etc.) no terminal do assinante.

- Grundig Oracle

Recente é o acordo entre a Grundig e a Oracle, que apostaram no final de 1995 em encetar experiências de televisão interactiva em Nuremberga, na Alemanha. O acordo firmado entre as duas companhias propõe-se desenvolver um sistema interactivo que será suportado por software da Oracle New Media e instalado sobre set-top-boxes produzidos pela própria Grundig. Estes aparelhos ligarão depois os lares que integrarão o sistema aos potentes servidores de vídeo da Oracle (Oracle Set-Top Alliance). Estas "boxes", alia-



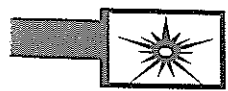
A QUALIDADE FAZ A DIFERENÇA



FÁBRICA NACIONAL DE CONDUTORES ELÉCTRICOS, S.A. PORTUGAL

v. Marquês de Pombal, 36/38 - Morelena - 2715 PERO PINHEIRO - Portugal - Telef: 9678500 - Telefax: 9271942 - Telex: 44098 CELCAT P
DELEGAÇÃO NO PORTO

R. Gonçalo Cristovão, 312 - 4º, B - C - 4000 PORTO - Telef: PPCA - 313724 - 313944 - Telefax: 323878 - Telex: 28 162 CELCAT P



a Minha

Opinião

Francisco Rui Cádima *

TV por cabo: o futuro em casa

Começa a ser reconhecido, mesmo pelos mais fervorosos adeptos da recepção por satélite, que a televisão por cabo integra os requisitos comerciais e tecnológicos para vir a ser a estrutura de base das futuras "auto-estradas da informação". É um dado praticamente inquestionável. Que o digam Estados Unidos, Japão e também a Europa, que pretendem entrar no século XXI com toda uma estratégia rigorosamente definida e implementada.

Apesar do cabo conhecer diversas velocidades de desenvolvimento na Europa, a verdade é que se aproxima agora o período de mais forte crescimento deste importante sistema de teledistribuição. Uma nova etapa que aparece, ao fim e ao cabo, como sendo o resultado da convergência entre o sector das telecomunicações, o audiovisual e a informática. O que significa que no futuro todos teremos acesso, via cabo, não apenas aos programas de televisão, mas a uma pequena central de informação, que integrará pelo menos o televisor e o computador.

No futuro todos teremos acesso, via cabo, não apenas aos programas de televisão, mas a uma pequena central de informação, que integrará pelo menos o televisor e o computador.

Hoje, porém, a realidade portuguesa, não estando muito distante desse cenário futuro, é naturalmente um pouco diferente. A verdade é que Portugal está apenas agora a abandonar a cauda do pelotão dos países comunitários que nunca desenvolveram os sistemas de cabo. Casos da Espanha, Itália e Grécia, onde as redes cabladas têm ainda uma expressão algo embrionária. De qualquer modo, as tecnologias que estão a ser introduzidas em Portugal, sendo, ao que tudo aponta, as mais avançadas na Europa, poderão permitir

no médio prazo a integração de serviços interactivos (video-on-demand, telejogos, home-shopping, etc.), logo que a legislação enquadre este tipo de desenvolvimentos tecnológicos.

Poder-se-ia dizer que a alteração da paisagem europeia da televisão por cabo pode prefigurar portanto novos ritmos de crescimento da recepção do serviço básico, dos serviços interactivos, e finalmente de um conjunto de facilidades integradas onde se inserem também os sistemas e produtos multimedia.

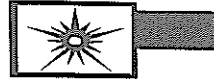
Como tem sido amplamente noticiado, em Portugal o cabo já arrancou e estará disponível comercialmente muito em breve com 30 canais de televisão, que serão distribuídos pela TV Cabo Portugal.

O conjunto de canais do serviço básico que estão previstos integram propostas até agora praticamente desconhecidas em Portugal, como sejam, entre outros, o BBC World Service Television e a Deutsche Welle. A televisão por cabo em Portugal introduzirá ainda os canais temáticos, designadamente um canal de filmes que tudo aponta para que seja o Canal Hollywood, um canal de séries (a Tele Uno), o Travel Channel e o MCM (um canal musical francês). E ainda outros canais, como o Galavisión, a RAI, Uno e Due, a CNN, a MTV, o Sky News, mais habituais na recepção por satélite, para além do Discovery que aparecerá emitido directamente dos EUA.

A primeira fase da instalação da televisão por cabo em Portugal permitirá o acesso, segundo a TV Cabo Portugal, a 10 canais generalistas, em cinco línguas diferentes, e a pelo menos 15 canais temáticos, com programas especializados nas áreas da informação, música, desporto, séries, filmes, documentários, divulgação (ciência e cultura) e viagens. Para além dos canais portugueses, que deverão aparecer com melhor qualidade de imagem e som.

O futuro é interactivo

Pode também referir-se que, segundo as infor-



mações disponíveis, as tecnologias escolhidas para Portugal permitirão no curto prazo suportar a nova televisão interactiva. Afinal não se poderia esperar outra coisa. Sobretudo quando as estas redes integram a última palavra em tecnologia, como acontece em Portugal.

É a chamada era "multimedia" de programas e serviços que aí vem: como o "video-on-demand" (filmes, notícias, desporto, etc.), as telecompras, os telejogos, etc. Isto quer dizer que para além da programação convencional, o telespectador pode escolher, através de um menu, o programa que pretende ver num determinado momento. Um programa novo, ou uma redifusão, ou mesmo actuar sobre a programação.

Actualmente, nos Estados Unidos, este tipo de oferta integra já uma multiplicidade de canais e serviços inimagináveis para nós. Há canais só para filmes de ficção científica, canais só para a meteorologia, canais de culinária, de julgamentos em directo, sobre história, etc. São os canais temáticos para pequenos nichos de mercado. A segmentação faz-se de uma forma cada vez mais especializada, chegando-se ao ponto de ter não um canal musical, mas vários canais segundo os diferentes géneros musicais (jazz, country, clássica, etc.) Tal como há uma oferta de serviços para utilizadores especializados, ou mesmo para públicos mais vastos (caso da telemedicina, do telebanco, do teletrabalho, etc.), oferta que tem tendência para desenvolver-se para micro-áreas, ou para serviços especializados - integração total da informática e do telefone no televisor-computador; integração de terminais com potência de micro-computador; realidade virtual; ensino à distância; "edutainment", etc.

Acesso a novos ângulos de visão

Entre as muitas potencialidades da interactividade, uma agrada particularmente aos telespectadores portugueses adeptos do desporto. Ou mesmo aos que seguem espectáculos, concertos ao vivo, etc. É a possibilidade de poder ver determinadas cenas - um golo, por exemplo - de ângulos não difundidos numa transmissão normal. Basta para tanto seleccionar no menu do écran televisivo uma das possibilidades disponíveis e passar a captar com um ângulo de filmagem mais adequado.

Filmes "ao domicílio"

Com o "video-on-demand" o assinante pode escolher um qualquer filme de uma "biblioteca" de centenas ou mesmo de milhares de títulos, designadamente quando o sistema já integra as tecnologias da compressão digital. Outra facilidade que está a ser vista como um dos serviços do futuro é o NVD (Near-video-on-demand), a difusão de um conjunto restrito de filmes do "box-office", por exemplo, emitidos em permanência, com intervalos de 15 ou 30 minutos, o que permite ao assinante do serviço poder ver a qualquer hora do dia o filme que não pôde ir ver ao cinema.

Supermercado em casa

De igual modo, se não pôde ir ao supermercado, a televisão por cabo pode disponibilizar-lhe um serviço de home-shopping (telecompras). Todos nós já conhecemos o sistema de vendas de produ-

tos através da televisão. Em Portugal o sistema de venda de produtos e utilidades domésticas através da televisão é já conhecido há alguns anos. Mas nos Estados Unidos existem vários canais especializados neste serviço, emitindo ao longo das 24 horas do dia. A estação líder deste sector a nível mundial é a QVC (Quality, Value, Convenience), uma empresa norte-americana fundada por Barry Diller, antigo braço direito de Rupert Murdoch, que já está presente na Europa (emite para o Reino Unido, também 24 horas por dia).

Com o "video-on-demand" o assinante pode escolher um qualquer filme de uma "biblioteca" de centenas ou mesmo de milhares de títulos

Telejogos de alta definição

Também os telejogos estarão entre a oferta de uma rede por cabo de serviço completo. Sobretudo para os mais pequenos, esta é uma área absolutamente indispensável. Os canais de telejogos serão os futuros substitutos das consolas de jogos video. A sua definição, a qualidade de som, a rapidez com que se passará a receber um novo jogo em casa, tornarão fiéis destes serviços, tanto os miúdos, como seguramente, os graúdos. Nos Estados Unidos anuncia-se para o final deste ano o lançamento comercial do muito aguardado The Sega Channel, com uma oferta anual de mais de 500 telejogos por ano.

Nos Estados Unidos anuncia-se para o final deste ano o lançamento comercial do muito aguardado The Sega Channel, com uma oferta anual de mais de 500 telejogos por ano.

Na televisão por cabo as novidades prevêem-se intermináveis. Para além disso, haverá uma facilidade de escolha para cada utilizador, através de pequenos símbolos, como no sistemas "windows", que tornará imediato o acesso a todos os serviços. Não vem longe o dia em que, para além de não ser preciso sair de casa para ir ao banco, ou ao "emprego", se poderá também receber as habituais notícias dos jornais, directamente no écran do televisor. O que significa que a televisão por cabo e os serviços que a complementam virão facilitar bastante a vida do cidadão do século XXI. É o futuro, já hoje.

Que esse dia não venha longe, são os nossos votos. E que a realidade interactiva chegue rapidamente a Portugal, para não estagnarmos, deslumbrados com os novos canais temáticos, mas vendo o futuro passar-nos ao lado.

* Professor universitário (UNL/DCC)



Francisco Rui Cádima*

Será a TV a "bíblia" do terceiro milénio?

«Com uma procura cada vez mais reduzida, é natural que se vão agudizando as tensões entre os operadores que disputam o nosso pequeno mercado publicitário»

para a televisão, ela é, ainda hoje, apesar de tudo, um referencial de particular relevância, um modo de vinculação das comunidades no plano dos imaginários, do consumo, da informação. O processo de fragmentação do sistema audiovisual a que temos vindo a assistir desde o final dos anos 80, nomeadamente nos países mais desenvolvidos, anuncia, entretanto, uma nova era da televisão, a chamada "neotelevisão", com uma diversidade múltipla de oferta de programas, canais e serviços.

Esse fenómeno conduziu à implosão da nossa Lei de Televisão, o que originou, na sua reformulação, uma nova paisagem audiovisual em que a televisão hertziana cede à televisão por cabo quase dois milhões de telespectadores em cinco anos. Públicos mais exigentes têm tendência a fragmentar o seu tempo de visionamento médio da televisão em benefício de novos media e/ou canais, tendência, aliás, que está a marcar fortemente as rápidas mudanças no campo da comunicação social nesta mudança de milénio.

Os novos conteúdos, os novos fluxos de comunicação e a Rede das redes (a Internet) encorregar-se-ão do resto, o que significa que o mito do paradigma do progresso, assente na lógica de criação de riqueza com base em bens materiais, se vai esboroando à medida que o "virtual" vai ganhando peso na nova Sociedade de Informação.

Num tempo de forte mudança, portanto, nos conteúdos de comunicação, que lugar prever para os nossos queridos canais de televisão – RTP 1 e RTP 2, SIC e TVI? Importa recordar que a situação de crise actualmente vivida no sector resulta em boa parte de um acumular de erros cometidos no início dos anos 90. Recordaria quatro: o fim da taxa de televisão; a indefinição da estratégia do operador público para a fase da liberalização; a concessão de alvará a dois operadores privados e não a um, como recomendavam os estudos técnicos; e a inexistência de cader-

nos de encargos para os canais comerciais.

Hoje, a situação é de facto muito difícil, mantendo-se apenas a SIC fora do "vermelho", em termos económicos, obviamente. E as perspectivas não serão as melhores: a TV Cabo continua a anunciar novos canais, mas mesmo que o não fizesse, a sua quota de audiência continuaria a subir. É uma tendência universal (nos EUA, por exemplo, cabo e satélite têm mais audiência que a TV hertziana).

Com uma procura cada vez mais reduzida, é natural que se vão agudizando as tensões entre os operadores que disputam o nosso pequeno mercado publicitário. A RTP tem aqui um papel estratégico e deveria ser o "pivot" da normalização do mercado e da rectificação de erros cometidos. E pode fazê-lo, por exemplo, e à falta de melhor perspectiva, se integrar os seus objectivos de serviço público num só canal – a RTP 1 –, como se chegou a propor na Comissão de Reflexão sobre o Futuro da Televisão, reorientando a RTP 2, por exemplo, para novas parcerias abertas a sectores, públicos e privados, como a Educação, a Cultura, a Ciência e a Tecnologia, o Emprego, o Comércio e Indústria, o Turismo, o Ambiente, não descurando a possibilidade de determinados segmentos horários poderem ser adstritos a determinados géneros, como o cinema, por exemplo, em modo de "pay per view", ou mesmo de televisão por assinatura.

De resto, mais para além do nosso pequeno caso, o futuro da televisão, a médio prazo, passará também pelos "home channels" dos "network media", o que poderá fazer, progressivamente, da televisão clássica, uma espécie de "canal nicho" para a iliteracia na era do ciberespaço. Esse seria o seu pior destino. Acredite-se ainda nela como verdadeira "televisão de companhia" e todos ficaremos mais desencantados ainda que, provavelmente, por uns minutos só.

* Professor universitário

Se a Bíblia foi a "televisão" dos dois primeiros milénios, com excepção, naturalmente, para a segunda metade do século XX, será a televisão a "bíblia" do terceiro milénio? É duvidoso que o venha a ser. Porque a nossa visão do mundo, no novo milénio, será com certeza interactiva e "multimediada": deixará de recorrer progressivamente à litania diária de paixões e de convenções do universo clássico da televisão.

Seja qual for o papel reservado no futuro



O Novo Media é o Homem

Há dois tipos de «novos media»: aqueles que todos vislumbramos estarem perto de nós, sendo, desse ponto de vista, meios que julgamos vir a poder utilizar, ou que inclusivamente utilizamos já; e aqueles que apenas alguns de nós imaginam em centros de investigação ou em laboratórios de criação, o que significa que poderão ou não transformar-se em algo mais «terreno».

Talvez dois exemplos, para sistematizarmos um pouco melhor a questão a que nos propomos. Do primeiro caso citaria aquilo a que podemos chamar os «*home channels*». Conceito que remete, naturalmente, para uma Internet de alto débito, e que todos estamos ansiosos por descobrir. Uma espécie de *webcast* personalizado, algo mais que uma simples *home page*. Do segundo caso sugeriria algo mais bio-tecnológico. Por exemplo, um sensor incrustado debaixo da pele que poderá ser um emissor de informação, mais ou menos pessoal, consoante seja ou não necessário para a mediação do homem com o mundo.

Seja no primeiro cenário acima referido, seja no segundo, o facto é que as propostas que sinteticamente descrevi apresentam algo em comum, ou seja, o facto de estarmos perante, por assim dizer, «*self media*» es-

pecíficos, naturalmente com capacidades interactivas para *network media*. O que não é inocente.

Por outras palavras, na era da «globalização», na era do mundo de possíveis que a tecnologia disponibiliza, o inumano será exactamente a modelização, aquilo que era (é) específico da era dos *mass media*. E onde está o inumano está aquilo que resiste, está aquilo que liberta. Está o homem.

Neste caso, naturalmente, o homem é o meio. Mas em muitos outros casos também o é.

Nesta perspectiva, pensar em termos de novos *media* na era da sociedade da informação e da sociedade do conhecimento é pensar na afirmação cada vez maior de informação e de conteúdos atomizados, mas também «bitizados». Aliás, uma recente passagem de modelos de roupa inteligente, promovida por investigadores do MIT, pode ser disso mesmo a metáfora. O corpo e seus acessórios integrarão e armazenarão os seus próprios emissores e, se necessário, o corpo gerará a necessária carga energética, receberá o seu próprio correio electrónico, sem fios, armazenará informação e projectá-la-á em 3D em ecrãs adaptados, por exemplo... aos olhos.

A informação não circularia mais em termos monológicos, ou através de um fluxo de «pirâmide», mas sim em fluxos *network media*, matriciais, cada vez mais interactivos. Na maior parte dos casos o próximo século consagrará esta tendência como uma comunicação bio-tecnológica ponto-a-ponto ou ponto-multiponto, reforçando continuamente, embora no ciberespaço virtual, a ideia de Vitruvius, do homem como centro do Mundo, agora reciclado por Rheingold na modalidade «cyborg». E como não há lei sem paradoxo, também aqui haverá sinais contrários, ou seja, os centros do mundo

reproduzir-se-ão. E o poder fragmentar-se-á. A mesma lógica referia Peter Drucker, dizendo que na sociedade de organizações a «revolução do saber» introduz uma dinâmica nova: o modelo hierárquico de funcionamento típico das velhas estruturas é substituído por outro, participativo, baseado no compromisso activo e na cooperação. Ou antes, como defendia Dan Tapscott, considerando-se que a hierarquia e a economia industriais estão a dar lugar às organizações e às estruturas económicas moleculares (...), a unidade de base da nova economia digital é o indivíduo. Trata-se também de uma atomização que se configura ainda num novo conceito «virtual» do trabalho, agora mercadoria apátrida e volátil que favorece uma nova divisão internacional do trabalho. Empresa virtual, trabalho à distância, corpo nómada. Ou como se dizia na Intêractiv: «A corrida ao século XXI está lançada. Quem vai desaparecer em primeiro lugar, o escritório ou os empregados?»

Próteses ciberespaciais do corpo, extensões da mente, identidades transgenéticas, realidades virtuais, enfim, a comunicação deslocou-se, tornou-se nómada e ubíqua e é desse não-lugar que partem cada vez maiores fluxos de informação para o ciberespaço. Esse é o lugar e o sentido dos novos media, afectos a sujeitos anónimos e nomádicos, afectos cada vez mais ao Homem. Nesta recontextualização comunicacional emerge um novo dispositivo pós-mediático e uma profunda revolução de procedimentos societários. Uma revolução ainda mais profunda que aquela que nos havia dado a escrita. Doravante o novo código não servirá o arbítrio do déspota, mas provocará antes uma cidadania partilhada, participada, como jamais na História se viu.

A Sociedade da Informação está em plena construção no nosso país. Só no mês de Abril foram cinco as grandes iniciativas nesse sentido. A InterFace fez um apanhado.

Euro ou escudos? A escolha caberá às empresas durante a fase de transição.

Outra.Face

opinião

intervenção

100 Major Alvega

O sucesso de uma série inteiramente produzida a nível nacional, onde as tecnologias são o ponto forte.

37 António Pedro Soares reflecte sobre a modernização.

71 Luís Pinto repensa o futuro.

79 José Figueiredo fala sobre a posição das pessoas face à evolução dos mercados e das novas tecnologias.

87 João César das Neves aborda a questão das Aldeias Globais.

32 Francisco Rui Cádima, professor na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa aborda o tema dos novos meios de comunicação.



Editores

Henrique Neves
José Serra

Director

A. J. Simões Monteiro
simoes.monteiro@cmb10.pt

Chefe de redacção

Fátima Ferrão
fatima.ferrao@interface.pt

Redactores

Teresa Salvado
teresa.salvado@interface.pt
Octávio dos Santos
octavio.santos@interface.pt

Colaboradores

permanentes
Ciberdivúvidas da Língua Port.
Fernando Brito e Abreu
Fernando Fragoso
Gomes Almeida
João Ramos

Colunistas

António Pedro Soares
João César das Neves
José Figueiredo
Luís Pinto

Pesquisa e documentação

Luís Rego

Revisão de estilo

Márcia Ruas

Conceito gráfico

capra design studio

Contactos

Redacção e Administração

Rua do Telhal, 12 - 2º Dto
1150 Lisboa
Telefone: (+351-1) 882 33 00
Telefax: (+351-1) 885 15 59
E-mail: interface@cmb10.pt

Directora de arte

Céu Dias

Design gráfico

Emanuel Rosa

Paginação Electrónica

Margarida Alves

Fotografia

Luís Rocha

Tratamento de imagem

Rui Coca

Produção

Carlos Rebelo

Director de marketing

& Sales
Paulo César Raymundo

Directora de publicidade

Paula Francisco

Assistente comercial

Alda Santos

Circulação

Fernanda Carneiro

Assinaturas

Maria Armada Serra

Impressão

Socitip
Tiragem: 25 000 exemplares
Registo NROCS n.º 121070
Depósito legal
Periodicidade mensal

Distribuição

VASP

Propriedade



Publicidade e Distribuição

Rua do Telhal, 8 - 1º Esq
1150 Lisboa
Telefone: 351-1-882 33 15
Fax: 351-1-342 96 14
E-mail: comercial@cmb10.pt

CMB 10

Publicações e Serviços, Lda.
Rua do Telhal, 12 - 2º Dto
1150 Lisboa

› Por Francisco Rui Cádima



Metahomorfosis

A era dos self e dos cyber media, ao contrário de provocar uma explosão ou uma massificação dos processos comunicacionais, como na era dos mass media, provoca sobretudo uma implosão individualizada, interactiva, biotecnológica, que anula o sentido clássico do processo de comunicação - o «escutar sem ser escutado» -, e produz um «novo média», nómada por excelência, matricial, cujo suporte é o corpo/homem biónico, actor/sujeito de mediação, núcleopolitópico dos novos nomadismos da comunicação.

Serão as extensões biónicas e a capacidade de interface do corpo com o computador e/ou suas extensões futuras (ex: o próprio traje, caso dos wearable computers), no plano do reconhecimento da voz, língua e gestos, que constituirão a primeira grande plataforma de comunicação por excelência do século XXI, provavelmente numa primeira fase através de um HPC - handheld PC, sem fios, com ligação internet.

Neste plano, cada sujeito será a consecução da sua performance biónica, que por sua vez se constituirá como resultante da operação de agentes inteligentes e de interfaces de informação ubíqua, que numa espécie de retaguarda ciberespacial, de um não-lugar, o exercitarão (o determinarão?) na sua navegação nomádica. O factor crítico, aqui, é o seguinte: o

desempenho, ou a navegação ciberespacial, pode agora falar - ou revelar - pouco, ou nada, dos sites ou da interacção a que acedemos, ou sequer daquilo que nós próprios somos e da razão da nossa escolha, mas indiciar algo que tenha a haver com os agentes inteligentes, ou com as redes neuronais que nos bifurcam para outro(s) eu(s) de nós próprios.

Dê-se então alguma atenção ao Prof. Kevin Warwick e às suas experiências cibernéticas e preparemos-nos então para os implantes de componentes electrónicos, seja sob a própria pele, seja como piercing, ou simplesmente num cartão magnético. Os microprocessadores do nosso transponder, codificado a 64 bits, entrarão logo após em acção, desde que estimulados por uma simples onda rádio. Estamos então prontos para entrar num bunker futurista, num qualquer edifício inteligente da civilização do silício. À nossa passagem, o sinal que emitimos é suficiente para efectuar operações tão simples como acender a luz da sala ou abrir portões da garagem, ou, ainda, de aceder a bases de dados codificadas, ceder dados pessoais, médicos ou outros, ou mesmo substituir as chaves do carro, accionando automaticamente a ignição.

Diz Kevin Warwick que a única solução para combater o «computador sapiens» é preparar o homem biónico, isto é, construir a máquina no interior do pensamento e do homem, construir o homem-silício, ligar neurónios e chips, de forma a não nos tornarmos escravos das máquinas que o saber produz. Clones de nós próprios ou do modelo que os nossos agentes inteligentes preferem - é a questão. Porque, de «clonar» arrianos, a espécie perfeita, ficámos conversados.

Mas dependentes como estaremos de redes neuronais, o principal peri-

go é tornarmo-nos escravos por isso mesmo, expondo o corpo a manipulações tecno-genéticas, praticando a eugenesia (manipulação de genes defeituosos) disponibilizando o ADN em forma de biochip, e chegar a conflitos entre diferentes sistemas inteligentes centrais. Não se tratará já de um processo de «internalização» de «saberes» no corpo, mas de internalização de «fazer saber», de algo que mais do que produzir efeitos ao dizer, poderá produzir «fazer» inapeláveis ao emití-las. E esse seria o princípio do fim do Homem e das suas memórias genéticas. É o melhor que lhe pode acontecer, diria o cínico Asimov.

Os desafios da pós-biologia são assim de elevada complexidade. Computação biomolecular, próteses bioelectrónicas, computadores biológicos, à base de proteínas e de bactérias, são algumas das expressões que começam a fazer parte do glossário de todos os medos futuros. Enfim, conceda-se que nesta simbiose soft com o dispositivo da máquina informática se produz uma nova identidade, se produz um hiperhomem. Que seja. Mas com «H».

Francisco Rui Cádima
Dept. Ciências da Comunicação
Coordenador da Área Audiovisual
e Media Interactivos FCSH
Universidade Nova de Lisboa

25 sociedade da informação

A Conferência de Otava reuniu os representantes da OCDE a nível mundial para debater o comércio electrónico.

78 Face ao Euro

A Comissão Europeia elaborou um estudo de caso sobre a introdução do Euro numa empresa imaginária com o objectivo de esclarecer os menos iluminados.

outra.face

90 José Salgueiro é um músico cujo percurso tem sido pautado por uma grande paixão pela tradição. Fomos conhecê-lo melhor.



opinião

67 António Pedro Dóres fala sobre uma sociedade da informação sem corrupção.

77 Luís Pinto reflecte sobre os balanços de mais um final de ano.

73 José Figueiredo aborda os contrastes em Portugal mas, neste caso, pela negativa.

95 Gustavo Cardoso fala sobre a relação íntima entre lazer e trabalho.

Intervenção

30 Francisco Rui Cádima, coordenador da área audiovisual e media interactivos da FCSH da Universidade Nova de Lisboa, fala sobre a era dos self e dos cyber media.

36 José Carlos da Costa Ramos, presidente do IPACA/ICAM, aborda a questão da convergência entre Comunicação, Tecnologia e Arte.

Editores
Henrique Neves
José Serra

Director
A. J. Simões Monteiro
simoes.monteiro@interface.pt

Coordenador Executivo
Fernando Marinho
fernando.marinho@interface.pt

Chefe de redacção
Fátima Ferrão
fatima.ferrao@interface.pt

Redactores
Paulo Rodrigues
paulo.rodrigues@interface.pt
Octávio dos Santos
octavio.santos@interface.pt

Colaboradores permanentes
Ciberdúvidas da Língua Port.
Fernando Brito e Abreu
Fernando Fragoso
Gomes Almeida
João Ramos

Colunistas
António Pedro Dóres
Gustavo Cardoso
José Figueiredo
Luís Pinto

Pesquisa e documentação
Luís Rego

Revisão de estilo
Márcia Ruas

Conceito gráfico
capra design studio

Directora de arte
Céu Dias

Contactos

Redacção e Administração
Rua do Telhal, 12 - 2º Dto
1150 Lisboa
Telefone: (+351-1) 882 33 00
Telefax: (+351-1) 885 15 59
E-mail: interface@cmb10.pt

Design gráfico
Emanuel Rosa

Paginação Electrónica
Margarida Alves

Fotografia
Luís Rocha

Tratamento de imagem
Rui Coca

Produção
Carlos Rebelo

Director da CMB 10
Paulo César Raymundo

Algébrica
Atelier Gráfico, Lda.
Rua do Telhal, 12 - 2º Dto
1150 Lisboa
Telefone: (+351-1) 882 33 01
Telefax: (+351-1) 885 15 59

Director de Marketing
Nuno Santos

Directora de Publicidade
Paula Francisco
E-mail: paula.francisco@cmb10.pt

Delegação Norte
Directora de Publicidade
Inês Medeiros
Tel. e Fax: (02) 937 21 55
e-mail: ines.medeiros@cmb10.pt

Assistente comercial
Alda Santos

Circulação
Fernanda Carneiro

Publicidade e Distribuição
Rua do Telhal, 8 - 1º Esq
1150 Lisboa
Telefone: 351-1-882 33 15
Fax: 351-1-342 96 14
E-mail: comercial@cmb10.pt

Assinaturas
Maria Armada Serra

Impressão
Soctip
Tiragem: 25 000 exemplares
Registo NROCS nº 121070
Depósito legal
Periodicidade mensal

Distribuição
VASP

Propriedade



CMB 10
Publicações e Serviços, Lda.
Rua do Telhal, 12 - 2º Dto
1150 Lisboa



FAXINFORME
GESTÃO DE INFORMAÇÃO E SERVIÇOS

1999/8/7

B9361630

CLIPPING



TV GUIA

REVISTA

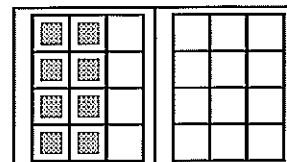


FOTO Página 4

1 2 3 ☒ 4 ☒ P/B



Que fazer com a comunicação?

A final, para que serve a comunicação? A esta pergunta José Saramago respondia há algum tempo atrás, ao "Le Monde Diplomatique", que, de facto, os desafios da comunicação são simultaneamente fascinantes e inquietantes. E explicava: «Fascinantes porque se sabe que transformações muito positivas, em matéria de educação e de formação, estão doravante à nossa mercê. Inquietantes porque tudo isso desenha um mundo sobre o qual pairam ameaças de desumanização e manipulação».

As desconfianças – legítimas – sobre a complexidade e os efeitos da comunicação social e das novas tecnologias não são de agora. Não terminarão, nem com o passar dos terrores milenares, nem com a promessa de uma Sociedade do Conhecimento plenamente partilhada por todos.

É, por assim dizer, uma questão extremamente actual, sobretudo agora que estamos à beira de uma profunda revolução nos hábitos de comunicar, designadamente com a emergência dos novos media, do comércio electrónico, e das múltiplas interactividades.

Recentemente, em França, um grupo de sábios debateu estas e outras questões e no essencial deixou uma preocupação, aparentemente já vista e ouvida em muitos outros sítios: poder-se-á menosprezar o poder dos meios de comunicação? A verdade é que, se esta parecia ser a mesma pergunta que há duzentos anos atrás se fazia sobre o «quarto poder», era já de uma outra ordem de coisas que se estava agora a falar.



FAXINFORME
GESTÃO DE INFORMAÇÃO E SERVIÇOS

1999/8/7

B9361631

CLIPPING



TV GUIA

REVISTA

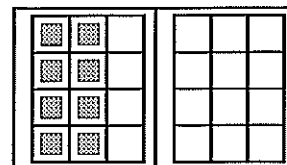


FOTO Página 4...1

1 2 3 ☒ 4 ☒ P/B

Hoje, os meios de comunicação estão numa espécie de encruzilhada. Por um lado estão à beira da falência do seu modelo «industrial», que era (é), no fundo, o modelo da sua própria impotência e dos seus fluxos unívocos. Por outro

Estamos à beira de uma profunda revolução nos hábitos de comunicação, designadamente com a emergência dos novos media

lado, eles estão de facto no centro de uma nova tensão democrática: o seu imenso poder tem como suporte a própria «ditadura» da imagem e do instante, como disse Michel Rocard. Coisa que, de algum modo, se está a perder, pelas alternativas que a própria tecnologia

disponibiliza. Os novos media apelam a um outro tipo de participação, porventura mesmo a causas reencontradas por «comunidades», por muito virtuais que sejam.

Mas enquanto predomina o tempo da transição, apela-se a uma «ética de responsabilidade». Face às violações da privacidade e da intimidade, face aos justiceiros mediáticos, face à banalização da experiência, da memória, do humano, apela-se também ao «mundo da vida», isto é, à possibilidade de reconversão do chamado «quarto poder» na democratização dos poderes, na construção da cidadania emancipada, etc. Mas a verdade é que até agora ainda é o modelo tradicional que paira sobre os desafios nas novas tecnologias e nomeadamente da Internet, isto é, os novos modelos comunicacionais que aí são desenvolvidos, são, em boa parte, ainda e uma vez mais, os esquemas dominantes nos media clássicos. Está, portanto, tudo em aberto. ■



PERDEMOS A OPORTU-

NIDADE DE GERAR OS

NOVOS «CÉREBROS»

DA NOVA ECONOMIA E

DA NOVA CULTURA —

PODENDO EVENTUAL-

MENTE CRIAR EXCE-

DENTES — PARA PAS-

SARMOS A UMA SITUA-

ÇÃO ULTRADEFICITÁ-

RIA FALANDO-SE JÁ,

PERANTE A PRESSÃO

DA INICIATIVA PRIVA-

DA E DAS EMPRESAS

PORTUGUESAS, NA NE-

CESSIDADE DE IMPOR-

TAR ENGENHEIROS

Sentados a ver PCLSSCLT as cibercaravelas

O tempo — e a tecnologia — muda, e avança, e, por vezes, neste cantinho à beira-mar plantado, parece que a Universidade apenas deseja assistir ao vórtice da infocomunicação, mantendo-se, qual velho do Restelo, a olhar impávida e serena para a navegação das novas caravelas do ciberespaço.

Por exemplo: se desde meados dos anos 90 personalidades representativas dos sectores do multimédia, universitários, políticos, líderes de opinião, têm chamado a atenção para a extrema urgência de um investimento maciço nas tecnologias digitais, designadamente no plano do ensino, da formação e na administração pública, se desde essa altura havia um percurso traçado através de documentos como o relatório da Iniciativa Mosaico, o Relatório da Comissão Intermisteiral para o Audiovisual e ainda o Livro Verde para a Sociedade de Informação, se inclusivamente na apresentação pública deste último, o próprio primeiro-ministro, António Guterres, chamava a atenção para o documento, considerando-o como o documento estratégico e de referência para o desenvolvimento do País, por que razão estamos hoje, no ano 2000, inventariando os mesmos problemas e a mesma esperança de ver este País dar um salto qualitativamente significativo, neste âmbito, designadamente face aos parceiros europeus? Por que razão então não aproveitámos essa oportunidade para dar a conhecer novos mundos ao mundo da infocomunicação? E por que razão a esperança se está a transformar, mais uma vez neste fado lusitano, na amarga constatação que do muito que havia a fazer só ficaram algumas boas intenções e outras tantas pequenas realidades?

Questão complexa. Ou talvez não. Meia década depois, o certo é que é por de mais evidente que a Universidade perdeu a sua oportunidade, a administração pública, *idem*, a famigerada indústria de conteúdos *idem idem*, e o País, naturalmente, perdeu uma oportunidade histórica: fundamentalmente perdeu a oportunidade de se antecipar, no contexto europeu, e ocupar o novo «crescente fértil», isto é, dar aos jovens portugueses uma formação avançada na área das tecnologias de informação e da concepção e criação de conteúdos para a Net que, por um lado, respondessem às necessidades domésticas, e, por outro, criassem uma nova classe de emigrantes fortemente requisitados. Nessa perspectiva, perdemos a oportunidade de gerar os novos «cérebros» da nova economia e da nova cultura — podendo eventualmente

criar excedentes —, para passarmos a uma situação ultradeficitária, falando-se já, perante a pressão da iniciativa privada e das empresas portuguesas, na necessidade de importar engenheiros, *designers* e, de uma maneira geral, criativos para a Web e as TIC.

Estamos assim de novo com a sensação da angústia do guarda-redes perante o *penalty*. Vamos começar de novo, mas vamos começar fundamentalmente acreditando agora que a iniciativa dos indivíduos, das organizações (por vezes públicas, também), mas essencialmente que a iniciativa privada superará essa apatia pública pelo investimento dedicado e imperativo na mudança.

Nenhuma política oficial, nenhuma estratégia económica para o País, definida pelo Estado no contexto das indústrias da convergência, poderia naturalmente avançar sem uma dotação financeira inequívoca, a 2-3 anos, da ordem dos 300 milhões de contos. Era isso que se esperava, designadamente, na sequência da aprovação em Assembleia da República, em 1997, do Livro Verde para a Sociedade de Informação. A questão, no fundo, é a questão da prioridade ao desenvolvimento. Se há grandes pacotes financeiros para o realojamento, para a recuperação das cidades, se se fizeram grandes investimentos na ordem das dezenas e mesmo centenas de milhões de contos, como aconteceu com a Expo'98, ou como vai

Francisco Rui Cádima

Professor do Departamento de Ciências da Comunicação (FCSH-UNL)

Director do Obercom — Observatório da Comunicação

Hoje temos um mundo virtual de potencialidades infinitas que nos espera

ARQUIVO DN

acontecer com o Euro 2004, como explicar a ausência de grande investimento estratégico, enquanto programa nacional integrado e transversal às diferentes áreas da governação, designadamente no âmbito da educação e da formação, da cultura e da saúde no contexto da era digital? Esta, do meu ponto de vista, a grande surpresa que ressalta de esperanças suscitadas na última legislatura, que, de facto, procurou nos

seus processos enunciativos romper com a ausência absoluta de política deste sector nas legislaturas cavaquistas, mas que não acreditou dedicadamente nessa aposta, hipotecando todo esse novo «crescente fértil».

Que fazer, então, hoje, no dealbar do novo milénio? Continuar. Prosseguir, prosseguir caminhando. Contar com as nossas próprias forças. Abarcar o novo mundo como o fizeram os emi-

grantes europeus no século XIX quando procuravam a esperança no Novo Mundo. Hoje temos de facto um Novo Mundo, um mundo virtual de potencialidades infinitas, que nos espera. Cada um poderá desbravar aí as suas terras, os seus territórios, começando do zero, se a tanto o obrigarem.

Pelo meu lado, enquanto universitário, e enquanto responsável de uma área de especialização

que se intitula precisamente Audiovisual e Media Interactivos, no mais antigo curso de licenciatura em Ciências da Comunicação do País, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, posso falar um pouco da minha própria experiência, acreditando que isso pode contribuir de alguma maneira para corrigir o absurdo do passado. O facto é que ao fim de quase 20 anos de ensino ►

TODOS OS LABORATÓRIOS QUE HOJE EXISTEM, DE FORMA MUITO PRECÁRIA, NA UNL-FCSH, FORAM CONSTRUÍDOS À CUSTA DO SUOR DOS PRÓPRIOS PROFESSORES E COORDENADORES

um programa genérico, mas imperioso e urgente, para mudar o modelo de formação e de constituição do saber na era da Indústria de Conteúdos, e sobretudo na era de novas práticas pedagógicas e de um novo espírito crítico. Enfim, o caso da FCSH é um caso. Felizmente que há exceções, poucas, contudo, àquilo a que se assiste no sector das ciências sociais e nas humanísticas.

Estamos hoje num novo contexto. Acreditemos que sim. E que a experiência é boa conselheira. Os Quinze lançavam em Abril de 2000, em Lisboa, as bases da Europa Digital (e-Europe), para a criação de mais e melhor emprego no espaço comunitário. Na perspectiva de um dos oradores na Conferência Ministerial sobre a Sociedade da Informação e do Conhecimento, no quadro da Presidência Portuguesa da União Europeia, Monique de Vries, secretária de Estado para os Transportes e Obras Públicas holandesa, «o plano de acção europeu deve ser sublinhado com um carácter de urgência de forma a ter um calendário adequado, para alcançar os alvos propostos». Na mesma conferência, Mariano Gago considerava que «o

acesso às tecnologias de informação é um instrumento na formação dos novos cidadãos europeus, pelo que a iliteracia digital é um desafio que os sistemas educativos devem vencer de vez».

Em Portugal, entretanto, nesta segunda legislatura de António Guterres, um novo Quadro Comunitário de Apoio (QCA III) está traçado. Para um período de sete anos (2000 - 2006), à Sociedade de Informação foram imputadas verbas na ordem dos 125 milhões de contos, o que visto isoladamente é insuficiente, mas visto no contexto das outras rubricas afins, designadamente a Educação (334 Mc), o Emprego, Formação e Desenvolvimento Social (566 Mc), a Ciência, Tecnologia e Inovação (192 Mc) e a Cultura (66 Mc), verifica-se existir uma disponibilidade de 1283 milhões de contos para em sete anos se «elevar o nível de qualificação dos portugueses, promover o emprego e a coesão social». O que resulta num investimento de cerca de 183 milhões de contos/ano para todo um âmbito no qual se joga o futuro deste País, ou seja, a questão da formação das novas competências para a era digital. O facto é que esse investimento deve ser preparado de forma integrada, com uma coordenação centralizada, transversal a diferentes sectores, e um programa delineado e calendarizado e, nesse aspecto, o QCA III deixa-nos todas as interrogações e algumas angústias.■

Veja-se em <http://www.mct.pt/ForumCT/contrib/contrib13.htm> o texto

«Algumas questões em torno do desenvolvimento científico e tecnológico português (1999-2006) – a convergência do audiovisual com as telecomunicações e a informática» colocado on-line a 12/11/1998, no Fórum Ciência e Tecnologia (MCT).



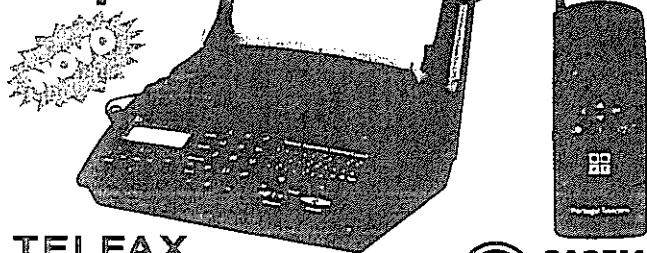
LEONARDO NEGRÃO/ARQUIVO DN

na universidade pública, a sensação é de grande enfado e de estupefação. Desde logo pelo facto de estar integrado num curso de comunicação, que se propôs formar estudantes em áreas estratégicas como o jornalismo, o audiovisual, o multimédia e o cinema, sem que para isso tenham sido dadas as condições tecnológicas e laboratoriais ao seu corpo docente para exercerem condignamente a sua actividade. E verdade seja dita, todos os laboratórios que hoje existem, de forma muito precária, na UNL-FCSH, foram construídos à custa do suor dos próprios professores e coordenadores das áreas de especialização, que ao longo de vários anos foram cimentando esperanças de que esta empresa, aquela fundação, aquela outra secretaria de Estado, ou ainda e finalmente o Ministério da Ciência, que não o

A iliteracia digital é um desafio que os sistemas educativos devem vencer de vez

ministério da tutela, se quotizassem para os constantes peditórios. Este exemplo do mais antigo e prestigiado curso na área das Ciências da Comunicação da universidade portuguesa ilustra bem, diria que é bem a metáfora da realidade mais profunda do País e do seu sector público face às potencialidades da era digital. Tive oportunidade de participar no Fórum Permanente da Política Científica e Tecnológica 1 e aí expressei as minhas ideias sobre algumas destas questões. Tratava-se de uma reflexão em torno da convergência de sectores, do Audiovisual à Informática, estabelecendo-se aquilo que poderá ser

O primeiro PhoneFax Internet



TELFAX
EQUIPAMENTOS PARA ESCRITÓRIO

Av. General Norton de Matos, 69 - Miraflores 1495-148 Algés Telef. 214 125 960 Fax 214 125 979

SAGEM



- Envio e recepção de e-mails sem PC
- Comunicação através da Internet
- Impressão automática de e-mails
- Fax de papel normal
- Atendedor digital de chamadas
- Telefone digital sem fios (opcional)
- Fotocopiadora de secretária

À Venda nas Lojas
Portugal Telecom.



Empresas



COMUNICAÇÕES todas on-line

Novabase
A REDE DE ESPECIALISTAS.

O ecran europeu

A Comissão Europeia está a promover uma discussão pública sobre a revisão da Directiva Televisão sem Fronteiras (TVSF). Uma oportunidade para fazer-se um ponto de situação relativamente à estratégia europeia do sector e reflectir sobre os próximos passos a dar

Por Francisco Rui Cádima

O sector do audiovisual da Europa dos 15 empregava no final de 2002 mais de um milhão de pessoas. Como reconhece a Comissão Europeia, «para além da sua importância económica, este sector desempenha um papel fundamental no plano social e cultural: a televisão é a mais importante fonte de informação e de entretenimento nas sociedades europeias uma vez que 98% dos lares estão equipados de televisores e que o cidadão europeu médio vê televisão durante mais de 200 minutos por dia.»

No actual contexto de proliferação de canais (mais de 660 com cobertura nacional no início de 2001 e, até à data, provavelmente mais de 800), verifica-se que o tempo consagrado à televisão não foi substituído por tempo dedicado aos novos meios de comunicação, uma vez que as quotas de mercado e de audiência continuam concentradas num número reduzido de canais. Verifica-se ainda uma reduzida implantação da televisão digital terrestre na UE, embora progrida a recepção digital por satélite - dos 33 milhões de lares que captam televisão via satélite, são mais de 19 milhões os que possuem uma ligação digital (49 milhões de lares recebem televisão por cabo).

Na programação, aumentou a difusão em horário nobre de produções de ficção nacional para televisão e de «reality shows», enquanto a ficção norte-americana se concentra quer no prime time, quer no day time. Refira-se ainda que o défice comercial da Europa em relação aos Estados Unidos no mercado dos direitos televisivos era, em 2000, de quatro mil milhões de dólares (oito mil milhões de dólares para o conjunto dos serviços audiovisuais).

Medidas na Europa I

O Tratado de Roma não previa competências específicas da Comunidade no domí-

nio da política audiovisual. Mais tarde, o Tribunal de Justiça Europeu propõe estender ao sector audiovisual a noção de «livre prestação de serviços» (radiodifusão, programas televisivos, cinema). Já no início dos anos 80, a fragmentação do sistema audiovisual e o atraso cada vez maior da Comunidade Europeia em relação aos Estados Unidos no sector dos programas televisivos, levaram a então CEE a tomar novas iniciativas nos domínios tecnológicos, económicos e culturais.

Tal como refere o Tratado da União Europeia, de 1 de Novembro de 1993, e bem assim o «Protocolo relativo ao serviço público de radiodifusão nos Estados-Membros» anexo ao Tratado de Amesterdão, a Comunidade deve «apoiar e completar a sua acção em domínios como a criação artística e literária, incluindo o sector do audiovisual», sendo este um sector relevante no contexto estratégico europeu.

Refere-se habitualmente o atraso em relação aos Estados Unidos em matéria de comércio audiovisual, o que ainda nos anos 80 deu origem em 1984 ao Livro Verde relativo ao estabelecimento do mercado comum da radiodifusão [COM(84) 300 final] e no final da década à Directiva TSF que constitui o instrumento fundamental da política audiovisual da Comunidade Europeia. Adoptada em 1989 e revista em 1997, a directiva assenta em dois princípios de base: (i) A liberdade de circulação de programas televisivos europeus no mercado interno; (ii) A obrigação que incumbe aos canais de televisão de reservarem, sempre que tal seja exequível, mais de metade do seu tempo de antena a obras europeias («quotas de difusão»).

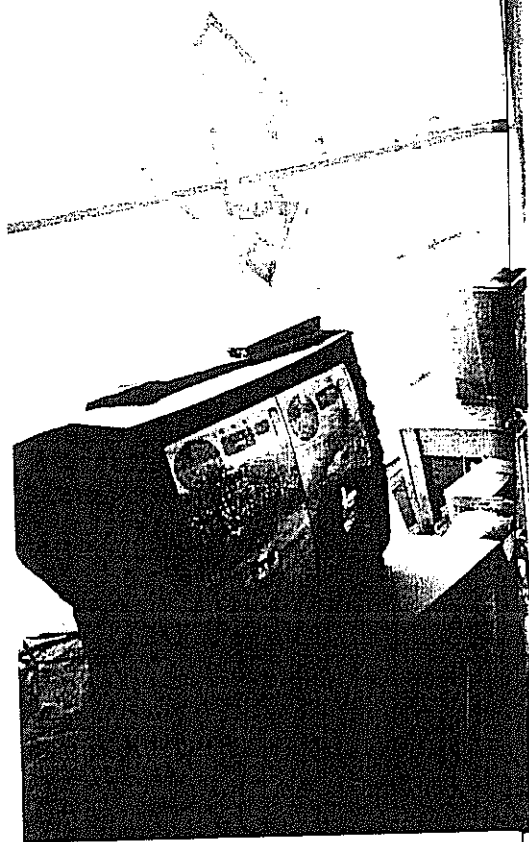
Uma política concertada I

Mas foi no ano de 1986, com a proposta de directiva do Conselho relativa à prossecução de actividades de radiodifusão [COM(86) 146 final], que se começou de facto a falar de uma «política audiovisual da Comunida-

de», com a Directiva 86/529/CEE, relativa à adopção das especificações técnicas comuns da família de normas MAC/packets para a difusão directa de televisão por satélite e o apoio à criação de um canal de televisão europeu.

Mais tarde surge o Livro Verde sobre a convergência entre os sectores das telecomunicações, dos meios de comunicação social e das tecnologias da informação, um documento fundamental para todo o processo que se tem vindo a desenvolver neste sector. Uma das mensagens essenciais deste Livro Verde é a de que a convergência «não deve dar origem a um excesso de regulamentação». De acordo com a Comissão, «É preferível considerar as regras em vigor e decidir se elas continuam a ser válidas num quadro de convergência. A UE deve prover-se de um quadro regulamentar adequado que lhe permita tirar o maior partido dessa convergência em termos de criação de postos de trabalho, de crescimento, de escolha por parte dos consumidores e de diversidade cultural.

No contexto das medidas adoptadas nas últimas duas décadas, podem citar-se um





casadainagem.com

novo quadro regulamentar para a criação de um mercado europeu com mecanismos de apoio próprios, destinados a criar as condições necessárias à livre circulação de programas de televisão na Comunidade; linhas directrizes para a instauração de um quadro nacional de auto-regulação que complete as normas sobre a responsabilidade dos fornecedores de conteúdos; medidas para a protecção de menores no acesso a conteúdos audiovisuais nocivos; actuação na defesa dos interesses culturais europeus no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC) – a dimensão externa da política audiovisual comunitária comporta três aspectos centrais: a preparação do alargamento da União Europeia, as negociações comerciais multilaterais no âmbito da OMC e a cooperação com países terceiros e outras organizações internacionais.

Finalmente, de realçar igualmente a actualização do programa Media, que degenerou no programa MEDIA Plus, destinado a ajudar a indústria europeia do audiovisual, tentando tirar o máximo aproveitamento das possibilidades que se abrem com a era digital.

I Decisões de cada um I

Importante é também o Protocolo relativo ao serviço público, anexo ao Tratado de Amesterdão, onde a UE defende, nomeadamente, que «cabe a cada Estado-Membro definir e organizar o serviço público de radiodifusão nas condições que considerar serem as mais adequadas, cometendo-lhe as atribuições que lhe pareçam indicadas para responder ao interesse geral. As disposições do Tratado não prejudicam o poder de os Estados-Membros proverem ao financiamento do serviço público de radiodifusão, na medida em que esse financiamento seja concedido para efeitos do cumprimento da missão de serviço público por eles definida. Esse financiamento não deverá, no entanto, alterar as condições das trocas comerciais nem a concorrência.»

Depois, ainda um documento relativo aos Princípios e orientações para a política audiovisual da Comunidade na era digital» [COM(1999) 657 final], onde se expõem os princípios em que se deve fundar a regulamentação do conteúdo audiovisual, nomeadamente, o princípio da proporcionalidade, o princípio da separação da regulamenta-

ção de transporte e conteúdos, e o reconhecimento do papel do serviço público. Tem como principal objectivo, no contexto da introdução das tecnologias digitais, definir as prioridades para os próximos cinco anos e elaborar os objectivos e os princípios da política audiovisual da Comunidade a médio prazo. Neste documento é ainda importante a questão do acesso ao conteúdo audiovisual num ambiente digital. Não se refere apenas à acessibilidade a certos conteúdos, mas também ao facto de esses conteúdos deverem ser facilmente acessíveis através de um EPG (Electronic Programme Guide).

I Em debate I

A directiva «Televisão sem Fronteiras» está a ser objecto de um processo de revisão, iniciado em Junho de 2001. Neste quadro, a Comissão Europeia apresentou com o seu Quarto Relatório sobre a aplicação da Directiva 89/552/CEE "Televisão sem Fronteiras" um plano de trabalho, no qual se apresentam os temas a debater e o respectivo calendário para que a Comissão proceda a uma «adaptação mais ou menos ampla da directiva TVSF», segundo a comissária Viviane Reding.

São duas as considerações gerais a ter em conta no que diz respeito ao futuro da regulação europeia: por um lado, o âmbito de aplicação da regulação e, por outro, a articulação entre os diferentes instrumentos comunitários pertinentes. A reflexão terá em consideração, designadamente, a articulação entre as medidas legislativas, a co-regulação e a auto-regulação.

Os temas estratégicos para esta revisão, aberta a consulta pública, são os seguintes: Acesso aos acontecimentos de grande importância para a Sociedade; a promoção da diversidade cultural e da competitividade da indústria europeia de programas; a protecção dos interesses gerais na publicidade televisiva, no patrocínio, nas tele vendas e na auto-promoção; a protecção dos menores e da ordem pública; o direito de resposta; aspectos ligados à aplicação: (i) Determinação da autoridade competente e do direito aplicável (ii) Comité de Contacto (iii) Papel das entidades reguladoras nacionais e a questão não abrangida pela directiva: acesso aos resumos de acontecimentos abrangidos por direitos exclusivos. ■

Os “media” regionais e o desenvolvimento

Há uma tese de doutoramento pouco citada, defendida no Canadá por Harold Innis, vai para cem anos, que me parece importante invocar no actual contexto de discussão do enquadramento dos “media” regionais em Portugal.

Dizia Harold Innis, na sua dissertação sobre a “History of the Canadian Pacific Railroad”, que o desenvolvimento daquele grande país tinha em boa parte sido dinamizado pelo caminho-de-ferro, não propriamente pela rede de transporte em si mesma, mas pelos “conteúdos” de que ela era o meio, ou seja, pela crescente circulação da imprensa dos centros para as periferias. O progresso tinha chegado assim.

Esta questão parece-me de enorme relevância no actual contexto. Portugal continua a ser um país muito marcado pela interioridade e pelo débil desenvolvimento das comunidades e indústrias no plano local e regional. Acima desta debilidade há naturalmente um problema fulcral, de iliteracia, de formação e de educação. Mas há também — e em consequência — uma forte fragilidade no plano da comunicação social local e regional.

Conscientes dessas debilidades, as várias políticas públicas, no passado, sempre procuraram atenuar esse “gap” através de financiamentos diversos ao sector local e regional. O facto é que, por exemplo ao longo da década de 90, e só numa das rubricas dos incentivos (o porte pago), o Estado português contribuiu com cerca de trinta milhões de contos para a imprensa regional, sem

FRANCISCO RUI CÁDIMA*

O contributo que o Estado possa dar a este sector (...) é, no fundo, um importante contributo para o desenvolvimento do país

que de um tão significativo investimento se tenham tirado os devidos proveitos. Nem tão pouco, em tempo, as devidas ilações.

Há agora um novo posicionamento público a este nível. Anunciam-se reformas nestas políticas e prepara-se o caminho para a progressiva autonomização deste sector, reformatando as suas competências no plano da formação dos seus quadros, na profissionalização das suas práticas. É justamente aí que o erário público pode ver-se ressarcido dos seus investimentos e apoios. Nessa perspectiva, há, naturalmente, uma boa expectativa face às intenções agora anunciadas.

O contributo que o Estado possa dar a este sector, numa perspectiva de investimento dinâmico, potenciando a qualidade dos projectos jornalísticos e o crescimento dos seus públicos, contribuindo para a correcção das lógicas de distribuição, circulação, enfim, para

renovadas estratégias de gestão e de “marketing”, é, no fundo, um importante contributo para o desenvolvimento do país, designadamente nas regiões do interior e mesmo nos limites e periferias das grandes zonas urbanas.

Não há qualquer dúvida de que Harold Innis, há cerca de cem anos, teve a perspicácia de ver o porquê do desenvolvimento crescente de um país que é hoje uma das nações mais progressivas do mundo. A imprensa e a comunicação social tiveram aí um papel fundamental. Do mesmo modo — e salvas as devidas distâncias —, importa criar as condições para que tal possa suceder também em Portugal no contexto de um forte e sustentado desenvolvimento do interior, que todos reconhecemos ser fundamental para uma aproximação real do país à Europa.

A imprensa, a rádio e a televisão são cruciais para este movimento. É da mesma forma que agora se deu um importante passo para corrigir o “tiro” na área dos apoios à imprensa, importa ainda não perder de vista a importância do audiovisual no plano local neste processo, ainda que, convenhamos, este passo seja porventura prematuro face à pouca consolidação do tecido industrial, de um modo geral, e do tecido mediático no sector da imprensa e da rádio local/regional. A selecção natural que a autonomização progressiva e a profissionalização dos “media” regionais trará, a par da chegada de novos investidores, com novas competências, ao sector, mudará o tecido mediático e industrial e mudará certamente o país. ■

* PROFESSOR UNIVERSITÁRIO (FCSH-UNL)

O segundo fôlego da TDT



[F. Rui Bádima (*)]

Depois de várias falências e outros tantos flops (interrompidos antes de verdadeiramente o serem), eis que a Televisão Digital Terrestre (TDT) se reencontra agora numa espécie de segundo fôlego, que afinal poderá não ser ainda a última e derradeira tentativa - pelo menos para os mercados europeus de menores recursos.

Nesta abordagem da questão procurarei centrar sobretudo este reaparecimento em torno de dois mercados mais próximos do nosso, observando os desenvolvimentos mais recentes dos casos francês e espanhol.

Em França, o governo acaba de confirmar o calendário do Conseil Supérieur de l'Audiotvisuel para o lançamento de canais gratuitos de Televisão Digital Terrestre (TDT), em Mpeg 2 e não em Mpeg 4, como acabou por fazer para a TDT paga.

Será já em Março de 2005 que os franceses poderão dispor de mais 14 canais de TV gratuitos (para além dos actuais 5), sem necessidade de mudar de televisor, embora necessitando de um descodificador que deverá custar cerca de 50 Euros.

Trata-se de uma importante conquista da sociedade francesa e de todos os telespectadores franceses, que assim não terão de se envolver de entrada na «pay TV» dado que têm uma oferta suficientemente alargada face ao que existe hoje na TV analógica.

O princípio da TDT como «uma televisão digital para todos» parece assim salvaguardado, sendo certo que nesta matéria é fundamental respeitar o princípio da cidadania no contexto da Sociedade de Informação, privilegiando de alguma forma o espectro aberto. O arranque da TDT em França está assim previsto para o período de Março/Abril de 2005 no que diz respeito às redes gratuitas e de Setembro de 2005 a Março de 2006 para as redes pagas.

Em Espanha, responsáveis das TVs privadas Antena 3 e Telecinco, perto do final do ano, voltaram a pressionar o governo de Zapatero exigindo uma alteração à lei da TDT de 1999 no sentido da permissão do arranque a curto prazo da TDT, com plenitude de uso do espectro e da totalidade dos canais dos multiplex. Ambos pretendem lançar canais temáticos o mais ra-

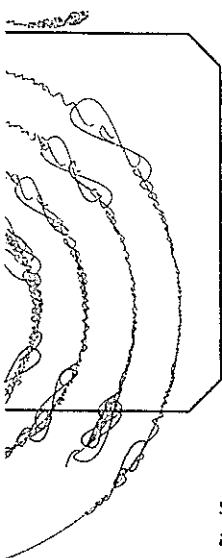
pidamente possível, de forma a que em 2007 haja uma penetração da rede em cerca de 50% dos lares. Só assim consideravam possível fechar a rede analógica em 2012, tal como prevê a lei de 1999. No último dia de 2004, o ministro da Indústria anunciou, através da apresentação do «Anteproyecto de Ley de medidas urgentes para el impulso de la televisión digital terrestre, de la liberalización de la televisión por cable y fomento del pluralismo», uma nova data para o switch-over no país vizinho, antecipando de 2012 para 2010 o fim das emissões analógicas. Segundo o ministro, a partir do último trimestre do ano de 2005 a TDT poderá avançar com cerca de 20 canais. Trata-se agora de levantar obstáculos e de superar receios de modo a todos os actores poderem avançar em conjunto.

A TVE, televisão pública espanhola, deverá ter na TDT não só os canais 1 e 2, como ainda os canais que distribui por satélite, a saber: Canal 24 Horas, Teleduarte, Canal Clásico, Canal Nostalgia, Canal Grandes Documentales, devendo lançar um novo canal dedicado à infância e aos jovens.

Face ao que está a suceder em Espanha e França, Portugal poderá beneficiar genericamente se se posicionar numa atitude de expectativa. A TDT tem de facto uma dimensão de grande complexidade na sua montagem financeira, nos custos e na rentabilidade e o facto de existir um player como a TV Cabo em Portugal, que já ocupou o mercado nesta área de negócio, deve fazer pensar maduramente todos os possíveis incautos.

A TDT tem de facto uma dimensão de grande complexidade na sua montagem financeira, nos custos e na rentabilidade e por existir um player como a TV Cabo em Portugal, deve fazer pensar maduramente todos os possíveis incautos.

(*) Professor Associado da FCSH - UNL
<http://www.fesh.unl.pt/deps/dcc/>
<http://irrealtv.blogspot.com>



a importância da observação da comunicação social

no novo contexto da regulação do sector da Comunicação Social em Portugal, avizinhandos-se o fim da Alta Autoridade para a Comunicação Social, criou-se um consenso no sector relativamente à pilotagem das diferentes questões determinantes para todos os actores envolvidos.

Há que seguir – e observar, desde logo – os mercados, os conteúdos e o cumprimento dos grandes enquadramentos jurídico-políticos, mas há também que encontrar mecanismos eficientes para dinâmicas de auto-regulação ou mesmo de co-regulação, e ainda sistemas que, entre outras actividades inadiáveis, possam monitorar práticas no sentido de se defender a deontologia e a ética na profissão, e que pensem a questão da formação e a sua absurda “desregulação”.

Se os primeiros aspectos, relativos ao mercado e aos conteúdos, terão os seus espaços próprios de implementação, oficiais, constitucionalizados, o certo é que isso mesmo não pode ser impeditivo de que observações autónomas possam ser desenvolvidas por outros actores sociais, nas universidades, nos centros de estudos, por associações de cidadãos, conselhos de opinião, etc. Existe já uma estrutura autónoma de observação, criada em 1999, o Obercom – Observatório da Comunicação, que veio suprir uma das grandes lacunas do sector da comunicação em Portugal, designadamente, o conhecimento quantitativo das suas diferentes áreas. O Obercom começou por construir uma Base Dados do sector, composta a partir de informação recebida directamente e/ou através de estudos e de inquéritos, com segmentações específicas relativas às empresas, aos recursos humanos, investimento publicitário, volumes de negócios, audiências, etc. Foi criado o Anuário da Comunicação, lançou-se a Observatório – uma publicação técnico-científica, um site próprio

(www.obercom.pt) e newsletter semanal online, registo de subscritores, motor de busca, está a ser desenvolvida uma base de dados online, com o apoio do POSI, prepara-se uma política de CRM, etc. Um dos problemas que me parecem merecer uma maior atenção no actual momento do sector é a questão da formação e dos seus recursos humanos. Como se sabe, para além das escolas profissionais, existem hoje largas dezenas de cursos de licenciatura afins, em instituições de ensino superior público e privado, o que configura a entrada anual de milhares de jovens na área. Conhecer os seus percursos de formação, duplicações de oferta, estudar a adequação destes cursos ao mercado, identificar possíveis soluções de cooperação entre as empresas e as instituições de ensino, entre outros aspectos, parece-me ser algo prioritário para os actores envolvidos no sector em geral. Esta é, por exemplo, uma das áreas que me parecem necessitar de uma observação crítica muito atenta, de forma a que o legislador possa evitar que se estejam a formar milhares de licenciados para o desemprego. A análise de conteúdo dos media, é outra área que merece atenta observação – e pode dizer-se que através da FCT, vários centros de investigação a nível nacional estão já a trabalhar em diferentes projectos nesta matéria.

Dir-se-ia que, neste âmbito, o campo de acção é vasto e complexo, mas que o trabalho está a ser iniciado. A área dos media regionais merece também particular atenção. E aqui refira-se que são muito bem vindas todas as iniciativas das instituições de ensino públicas e privadas, que no plano regional possam desenvolver estruturas de observação dos seus media no plano local/regional, como acontece aliás com o *LocalMedia* da ESE de Setúbal. Esta, enfim, uma breve síntese sobre toda uma área de observação dos media, que, em Portugal, parece estar de facto a consolidar-se.

Que regulação para a comunicação social?

A OPINIÃO DE
FRANCISCO RUI CÂDIMA

Em termos de avaliação da concentração de empresas do sector, deve inclusivamente haver índices-limite que não passam por indicadores económicos, mas sim, por exemplo, por indicadores de audimetria, de acessibilidade, de conteúdos, de públicos, etc.

Quem deve regular e como deve ser regulada a comunicação social? Será uma questão tão pacífica assim que permita, num futuro próximo, uma *remake* do triste espectáculo a que assistimos relativamente à compra da Lusomundo pela Controlinvest? Estaremos, afinal, todos confortáveis com os *media* e com a regulação que temos? Neste texto deixaremos algumas pistas para reflexão, procurando contribuir para um debate público que deve ser pautado por uma inequívoca exigência cívica nesta matéria.

Dois questões fundamentais a abrir: será que os *media* são essencialmente um negócio e como tal devem ser considerados para efeitos de regulação, a par de qualquer outro sector de mercado? Não serão os meios de comunicação social um sector muito particular, de extraordinária importância pública e cívica, com uma dimensão social, cultural e formativa tal que impõe que os "negócios dos *media*" não se sobreponham à monitorização das suas práticas e do seu discurso e sobretudo dos seus efeitos perversos no social?

Dito de outro modo, não será evidente, hoje, para os cidadãos em geral, que o enquadramento normativo dos *media*, a sua particular especificidade e a sua dimensão estratégica para a cidadania, não sendo compagináveis com a lógica pura e simples dos mercados, recomendam que os *media*, em vez de serem, no final, tutelados por um regulador económico, devem sim, prioritariamente, sê-lo por um regulador sectorial forte, atento, de forma muito particular e incisiva, aos impactos sociais — dir-se-ia mesmo civilizacionais — do sistema dos *media*?

Propomos assim uma outra regulação para os *media*, procurando recentrar a política de regulação no interior do próprio sector, priorizando os objectivos não económicos, conferindo ao regulador a responsabilidade de pilotar, de um ponto de vista jurídico e técnico-científico, o audiovisual, em particular as atribuições e competências das TV privadas (às quais deve ser exigida, na reattribution das licenças em 2007, a máxima responsabilidade no plano dos conteúdos que emitem e atribuídos cadernos de encargos exigentes no plano da cidadania) e do operador público, em particular da adequação rigorosa das suas práticas ao seu contrato de concessão.

No audiovisual, entre os grandes objectivos não económicos, subordinados ao princípio da cidadania e da sociedade do conhecimento, estão práticas como a ética de antena, a liberdade editorial,

o pluralismo e, naturalmente, a informação para o conhecimento e o desenvolvimento, informação não contaminada pelo *infotainment*, vírus perverso do sistema de *media*, primeiro obstáculo ao agendamento daquilo que é de "interesse público" e cívico em matéria informativa.

Discutir o regulador e a lei sobre concentração. Embora não tenha sido lançado um debate público alargado e uma consulta pública em torno desta matéria, importa manter na ordem do dia a questão de repensar o modelo de regulação dos *media* e a discussão sobre o próprio modelo de concentração, elevando o grau de exigência à importância do fenómeno em si.

Não temos dúvidas, no entanto, pelos motivos expostos, de que a concentração dos *media* necessita de regulação específica em Portugal, que deve ser aplicada de modo a permitir a consolidação de meios, sem que isso, naturalmente, venha a impedir uma absoluta e inequívoca liberdade editorial dos profissionais de comunicação social.

Recorde-se que, sobre a matéria legislativa que está em cima da mesa, em diversas circunstâncias foi sugerido um debate mais aprofundado sobre, precisamente, a regulação dos *media* em Portugal. Veja-se, por exemplo, a "carta-apelo" do Sindicato dos Jornalistas (1) onde se su-

gere uma representatividade diferente na futura entidade reguladora.

Mas outras questões de enorme relevância podem e devem ser colocadas e convocadas. Por exemplo, saber se faz sentido um regulador sectorial que aglutine imprensa e televisão. Do nosso ponto de vista, este é um primeiro passo para uma espécie de "coma" anunciado do regulador sectorial.

A imprensa, dada a sua especificidade, a sua maior estabilidade no plano discursivo e a sua menor penetração na sociedade portuguesa, e, por consequência, o seu menor impacto entre a população, deve estar adstrita a um gabinete para o desenvolvimento da comunicação social, onde as políticas públicas, a representação internacional, os incentivos e os registos devem estar concentrados.

Uma só autoridade do audiovisual e das comunicações. O sistema que defendemos é, assim, o do regulador do audiovisual, que prepare desde logo um modelo interno com o objectivo de aprofundar simultaneamente as condições para a integração com a Anacom, obtendo-se assim a "autoridade" de que o sector precisa, para uma efectiva, séria e forte regulação.

Aliás, esse é precisamente o modelo recomendado ao Governo em 2001, pelo Grupo de Reflexão (GR) da Iniciativa Regulação e Convergência — Recomendações de actuação estratégica (2), onde se diz que: "O GR alcançou um consenso em torno da ideia de que a convergência aconselhará a não separação orgânica da regulação de conteúdos da regulação das redes e dos acessos, admitindo a

possibilidade de uma entidade única ser responsável pela regulação.

O novo regulador que vamos ter em Portugal, que substituirá a AACs, não sendo, como seria desejável, nem do audiovisual, nem de convergência com as comunicações, deve identificar de modo muito preciso quais os mercados relevantes no sector (o que nunca foi feito). Mas deve sobretudo chamar a si as competências de jurisdição muito particulares e exclusivas, no âmbito de um sector que não é nem pode continuar a ser um "mercado" *tout court*.

Repare-se que, em termos de avaliação da concentração de empresas do sector, deve inclusivamente haver índices-limite que não passam por indicadores económicos, mas sim, por exemplo, por indicadores de audimetria, de acessibilidade, de conteúdos, de públicos, etc., etc.

Para além do mais, sempre que o regulador sectorial suspeita de práticas restritivas da concorrência na sua área específica, deve actuar em sintonia com a autoridade que tem efectivamente um conhecimento aprofundado de práticas anticoncorrenciais. E como referiu, e bem, Pedro Pita Barros (3) em relação às próprias telecomunicações, "nos mercados em que há necessidade de regulação económica e em que esta é criada e aplicada pela entidade de regulação sectorial, o acompanhamento

de comportamento dos agentes económicos pertence ao regulador sectorial".

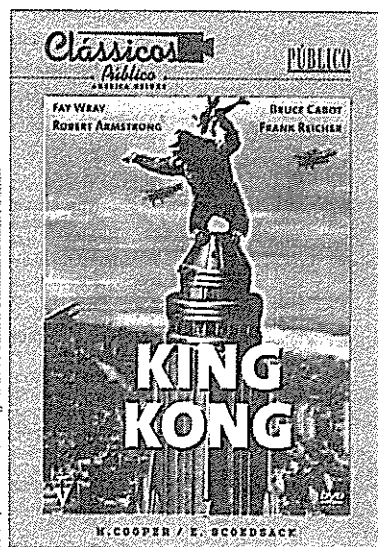
Finalmente, a questão da transparência, já enunciada num pequeno texto de Roberto Barzanti, antigo vice-presidente do Parlamento Europeu, com data de Janeiro de 2003 (4). É um pequeno tratado sobre audiovisual e democracia. Barzanti recorda Joseph E. Stiglitz, para lembrar que "o segredo ameaça a democracia". E cita Enzensberger: "A transparência necessita de uma nova ética da informação contra as manipulações cínicas do que Hans Magnus Enzensberger chamou a impiedosa 'indústria da consciência'." Não temos mais a fazer do que subscrever por baixo. ■

Notas

- (1) *SJ apela a revisão constitucional sobre Entidade Reguladora*, 2005/05/25, <http://www.jornalistas.online.pt/noticia.asp?id=3451&idselec=376&idCanal=376&p=14>
- (2) *Convergência e Regulação — Consulta Pública*, 2002/02/15, <http://www.ics.pt/zips/convergencia.pdf>
- (3) Pedro Pita Barros, *Sobre a articulação entre o ICP-Anacom e a Autoridade da Concorrência*, 2003/09/15, http://www.anacom.pt/templat_e21.jsp?categoryId=92191
- (4) Roberto Barzanti, *Les défis de la transparence dans le secteur audiovisuel*, 2003/01/17, <http://www.obs.coe.int/about/oea/barzanti.pdf>

PROFESSOR UNIVERSITÁRIO (DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, FCSH/UNL)

PROMOÇÃO DE VERÃO



Esta semana com
"KING KONG"
mais 1 DVD à escolha:
"AS DUAS FERAS"
OU
"OS FILHOS DA NOITE"

AS SETAS
2 DVD
POR APENAS +
€9,90



Sexta, dia 19 de Agosto, 2 DVD por apenas mais € 9,90 com o PÚBLICO

Classicos Publico

Edição, publicação e audiovisuais

Reforçar acesso e difusão do saber

Formação, cidadania, mobilidade e qualidade serão palavras-chave de um modelo de inovação avançado, aberto ao social e ao económico. Um país que tenha atingido esse patamar nada tem que temer. Não é o nosso caso. Muito há a fazer em Portugal



FRANCISCO RUI CÁDIMA

Professor associado da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, coordena a área de especialização da licenciatura do Departamento de Ciências da Comunicação em Audiovisual e Média Interactivos

Inovar nas áreas da cultura e do conhecimento – designadamente nos sectores da comunicação, das redes e da educação e ciência – implica reforçar as áreas de sucesso confirmado, lançar novos projectos e soluções, e sobretudo arriscar, neste eixo criativo/tecnológico, a criação de *clusters* de referência no plano global. Implica também inovar na forma como os processos criativos podem (devem) constituir um suporte fundamental, quer para a consolidação das práticas da cidadania – imprescindíveis para a construção de uma so-

cidade mais solidária, participativa e autónoma, mas também, em consequência, e de um ponto de vista meramente económico, para uma sociedade mais estável, mais competitiva e rica, mais desenvolvida.

PRIORIDADE AO CONHECIMENTO

Poder-se-ia inclusivamente dizer que ou esta consolidação se inicia e concretiza, de modo prioritário, na citada dimensão do Conhecimento e da Cidadania, ou muito dificilmente a Inovação se pode gerar, de modo estruturante, nos restantes sectores da sociedade.

Prioridade absoluta, portan-

to, à Cultura, à Informação, ao Conhecimento. E reforço claro das estratégias de desenvolvimento na qualificação avançada de recursos humanos e no acesso e difusão do saber e conhecimento.

Obviamente que na base desta prioridade está o sistema de ensino e, nomeadamente, as universidades, os laboratórios e os institutos e centros de estudos. O segredo de uma inovação mais consistente está aí – e na ligação deste sistema a montante, aos subsistemas básico/secundário e a jusante, ao sistema económico. Mas sobretudo às pessoas, ao Cidadão, da-

mo competências para restabelecer algumas das ligações perdidas nas relações dos outros sistemas (sobretudo de saberes, mas também de crenças e valores) com as pessoas: são os *media*, precisamente.

Atravessamos uma fase ainda proto-histórica, nesta matéria. Os Estados são ainda detentores de património mediático, por duas ordens de razões: primeiro porque não conseguem prescindir facilmente dos seus velhos “aparelhos ideológicos”, depois, porque se demitem de exigir aos grupos privados que integrem os princípios básicos da Cidadania nos conteúdos das suas empresas de *media*: continuamos a ver, regularmente, atentados à dignidade da pessoa humana nas televisões, sensacionalismo como informação, e muitas vezes o que nos resta é esperar que quatro ou cinco anos depois (!)

um regulador, dito “sectorial”, aplique uma sanção pecuniária (como tem acontecido em Portugal) a quatro ou cinco situações envergonhadamente detectadas... Mas, no século XXI, permitir a transformação de um bem escasso e de enorme impacto social e cívico, numa montra de vaidades e curiosidades ou monstruosidades pouco recomendáveis, não será motivo para a indignação cívica?

Costuma dizer-se que os *media* não se podem substituir à Escola, mas a verdade é que se vão substituindo, sobretudo as televisões. À Escola, aos Tribunais, ao Estado. O problema é que sempre que isso acontece – e acontece regularmente – não é pelos (e com os) melhores motivos. É, mais uma vez, em sucessivos ataques à Cidadania.

Significa isto que a palavra “Inovar” (como Formar, Cida-

Saber inovar o – por vezes – medievo sistema de ensino é a primeira das soluções para uma efectiva Inovação

dania e Qualidade), como exigência, como virtude, etc., deve constar da “bíblia” da prática jornalística e do empresário do sector. A ser assim, teremos mais rapidamente um país diferente. Portugal e a auto-estima dos Portugueses melhoraria da noite para o dia com práticas mediáticas – de mediação, justamente entre o acontecimento e o conhecimento – adaptadas verdadeiramente à experiência social e colectiva, ao

conceito de Inovação, de Desenvolvimento, de Cidadania, de Qualidade. Mas, porventura, e por paradoxal que possa parecer, mudar o discurso dos *media* é aqui mais difícil que mudar as práticas dos homens...

CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Importa, nesta matéria, inovar também e aprofundar algumas das políticas públicas da área da inovação, quer na qualificação avançada de recursos humanos, quer na dinamização de redes de inovação, quer ainda no acesso e difusão do conhecimento.

Presume-se, por exemplo, que as universidades são o garante de uma optimização da esfera industrial e dos mercados “tecnológicos”, mas esquece-se que nesse mesmo terreno há ainda muito que fazer nas próprias universidades.

Por exemplo, na área estra->

Audiovisual europeu

Apesar da alegada conformidade genérica, ao tempo da pré-adesão, do quadro jurídico dos países do Alargamento face ao estipulado no âmbito da Directiva TSF e noutros documentos do acervo comunitário (<http://europa.eu.int/scadplus/leg/pt/s20013.htm>), designadamente na área do Audiovisual, o facto é que a realidade dos modelos de regulação sectoriais, em países centrais da UE – Alemanha, Espanha, França, Itália e Reino Unido –, é ainda extremamente heterogénea (Cf. NIKOLTCHEV, Susanne, et alrri, Television and Media Concentration - Regulatory Models on the National and the European Level, IRIS Special, OEA, Strasbourg, 2001).

No actual quadro de reflexão sobre a Revisão da Directiva TSF, ponderadas as práticas seguidas e os modelos de regulação em matéria de Alargamento da União Europeia, importa reflectir sobre se está ou não, hoje, garantida uma estratégia inequívoca de exigência de práticas de Cidadania relativamente ao Audiovisual europeu (sobretudo na TV pública, mas também na privada), de forma a ser superada uma crise institucionalizada ao longo de 20 anos por políticas demissionárias da União Europeia nesta matéria, ou se, pelo contrário, se prevê a continuação de uma política de submissão aos interesses do velho e caduco modelo comercial-publicitário do sector, que tem contaminado, nomeadamente, os próprios operadores públicos de televisão.

O que significa saber se os próximos 20 anos de políticas audiovisuais europeias – à imagem do que se sucedeu nos 20 anos pós-Livro Verde do Audiovisual (de 1984), se assistirá ou não, à conversão definitiva da Europa numa espécie de 'telexeira' da América.

E o facto é que as perspectivas não são as melhores nesta matéria. Tenha-se em conta que as sociedades modernas atravessam crises complexas de identidade, no plano da participação cívica, na representação política, na defesa dos quadros culturais, dos princípios e valores associados à sua história e à sua cultura, tendo os media audiovisuais pouco contribuído no passado – e continuando a não contribuir – para minorar claramente esta tendência.

Neste contexto, o Audiovisual não pode continuar a ser regulado, como até aqui, como mais uma actividade econó-

mica, tout court, dado tratar-se de um sector vital para o desenvolvimento das sociedades modernas, sustentado num princípio básico inalienável e indiscutível – a Cidadania, princípio que por sua vez se suporta no Conhecimento, no Saber e na Informação.

Parâmetros que são, naturalmente, intransferíveis para quadros jurídico-económicos específicos das actividades produtivas.

Não se pode mistificar a enorme responsabilidade social e cívica do sector da comunicação e em particular do Audiovisual, público e privado. Considero, portanto, neste aspecto, o quadro normativo em que a União Europeia se movimenta desajustado à própria virtude civil e aos desígnios da Cidadania e da Sociedade do Conhecimento.

As estratégias impostas por imperativos de natureza económica, não poderão colidir com princípios básicos que regem o exercício da actividade dos média e do Audiovisual em parti-



cular, nomeadamente a independência editorial e o respeito pela dignidade humana.

Este modelo mediático inscreve-se claramente numa lógica que contém perigos para a ordem democrática. Não sendo muitas das vezes evidentes, estes perigos traduzem-se em bloqueios ao pluralismo e à liberdade de expressão e editorial e, portanto, em censura à expressão da experiência so-

cial e do 'mundo da vida'. O mesmo é dizer, em zonas de sombra das narrativas e das práticas dos média e, por conseguinte, da experiência democrática. O que seria mais do que suficiente para já ter provocado uma intervenção clara e inequívoca da União Europeia neste domínio. Se tal não aconteceu até agora, será crível que ainda venha a acontecer? Recorra-se ao pouco euro-optimismo que ainda resta e acreditemos que sim, que a Europa ainda poderá vir a ser uma Europa dos Cidadãos. De preferência com o empenho da Televisão.

* Professor universitário (Departamento de Ciências da Comunicação – FCSH-UNL).

O QUE SIGNIFICA SABER SE OS PRÓXIMOS 20 ANOS DE POLÍTICAS AUDIOVISUAIS EUROPEIAS – À IMAGEM DO QUE SE SUCEDEU NOS 20 ANOS PÓS-LIVRO VERDE DO AUDIOVISUAL (DE 1984), SE ASSISTIRÁ OU NÃO, À CONVERSÃO DEFINITIVA DA EUROPA NUMA ESPÉCIE DE 'TELEXEIRA' DA AMÉRICA

A DESREGULAÇÃO DA TELEVISÃO

Desde a abertura da televisão à iniciativa privada as consequências dos erros cometidos na gestão política do audiovisual conduziram a um sistema extremamente crítico que não se organizou “em ordem à satisfação do interesse público”¹, mas, porventura, em ordem à satisfação de múltiplos interesses privados. Este é um sector:

I - Sem mercado suficiente para todos os operadores;

II - Sem uma estratégia aplicada, de referência, para o audiovisual público e sem objectivos ou metas quantificáveis, designadamente no tocante à sua missão e obrigações de programação.

III - Sem regulamentação específica, com detalhe, no que é estratégico (ex: renovação das licenças de TV);

IV - Sem cadernos de encargos atribuídos aos operadores privados;

V - Sem monitorização consistente, atenta e regular da “ética de antena” e dos conteúdos emitidos pelo serviço público de TV e pelos canais privados.

O facto de se tratar de um sector que na sua aparente coerência mais não teve do que uma continuada desregulação, evidenciando a demissão do Estado relativamente ao essencial (a formação de uma opinião pública forte), fez-nos chegar a um ponto crítico nos três canais de maior audiência, caracterizado, basicamente, pelos seguintes aspectos:

I - Uma “espiral de silêncio” na SIC e na TVI que eliminou o debate público, cultural e político nas suas grelhas de programas;

II - Telejornais submetidos à catástrofe, ao ‘diktat’ dos comerciais e às estratégias de programação e contra-programação dos canais.

III - Organização burocrática e mimética da informação submetida em regra à agenda institucional e aos porta-vozes oficiais.

IV - Horário nobre fidelizado horizontal e

verticalmente, com elevado défice de diversidade e de pluralidade de géneros e uma monocultura de prime time só com novelas, concursos e humor débil;

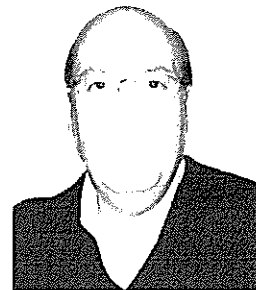
V - Canais (ex: SIC) de tal modo contaminados pelas novelas brasileiras, que não têm uma grelha generalista e não assumem o desígnio da Lei no plano da identidade cultural e nacional portuguesa;

VI - Quotas europeias fundados numa lógica descartável (de nivelamento por baixo) de programação de “fluxo” sem exigência no âmbito da programação de “stock”.

VII - Comparada a ‘oferta’ (minutos emitidos) e a ‘procura’ (minutos visionados), os programas de desporto têm a melhor relação, estando a ‘procura’ 54% acima da ‘oferta’. Numa relação positiva (acima de 100), posicionaram-se também os programas de informação, ficção e divertimento. O que significa que os programas de Arte e Cultura (-18%), Conhecimento (-35%) e Juventude (-27%) têm a pior relação entre horas emitidas e horas visionadas. É esta a TV que temos...

Este panorama, que nos remete para uma televisão generalista de características terceiro-mundistas, com um passivo de 15 anos que se aproxima dos 1,5 mil milhões de euros, não tem merecido uma acção exigente por parte do Estado. Pelo contrário, foi criação - e tem tido o beneplácito - dos governos PS e PSD, o que, pelo que vem do passado e nas actuais circunstâncias, continua a não augurar nada de bom para a Cidadania e para a Democracia portuguesa. Cabe-nos a nós, cidadãos, o direito... à indignação.

¹ Resolução 6/92, do Conselho de Ministros, publicada no “Diário da República” - II Série, n.º 45, de 22 de fevereiro de 1992, página 1972; <http://www.ics.pt/verfs.php?fscond=110&lang=pt>, “sobre a atribuição de licença a entidades privadas para exploração dos 3.º e 4.º canais de televisão”. ©



FRANCISCO RUI CADIMA
DOCENTE UNIVERSITÁRIO

“Este é um sector sem mercado suficiente para todos os operadores”

A SIC e a TVI e o "INTERESSE PÚBLICO"

Quando em 2 de Outubro de 1992 o então Subsecretário de Estado Amândio Oliveira atribuiu à SIC e TVI os respectivos alvarás, um conjunto de “condições gerais” passavam a constar no exercício da actividade de radiotelevisão em Portugal para o período 1992-2007. Em matéria de conteúdos, essas condições eram idênticas tanto para a SIC como para a TVI. Genericamente, o governo pretendia respeitar o disposto na Lei da TV “nomeadamente em matéria de informação e programação, bem como todas as demais obrigações constantes no diploma” e “assegurar, no primeiro e segundo anos de actividade, as percentagens de produção própria e em língua portuguesa”.

Os alvarás vinham na sequência da Resolução 6/92, assinada pelo Primeiro-Ministro Cavaco Silva. No nº 2, o documento explicitava que os canais vencedores o haviam sido considerada “a apreciação global efectuada em ordem à satisfação do interesse público”.

Apesar da necessidade de “satisfação do interesse público”, nada mais era então pedido aos canais. Nenhuma regulamentação específica foi criada, nenhum caderno de encargos foi elaborado.

Passados 15 anos sobre a atribuição dos alvarás da SIC e TVI, a ERC, na sua Deliberação 1-L/2006 - “Renovação das licenças para o exercício da actividade televisiva dos operadores SIC e TVI”, vem considerar, na conclusão do documento, que na análise realizada se verificou “o incumprimento de obrigações assumidas pelos requerentes”. Considerando ainda que “os objectivos cons-

tantes da ordem jurídica relativos à actividade de televisão pressupõem o estrito cumprimento das obrigações a que os operadores SIC e TVI estão adstritos, em especial nas áreas da programação infantil, cultural e informativa”, a ERC decidia-se pela renovação das licenças, na condição do cumprimento de certas “obrigações” por parte da SIC e da TVI.

SIC e TVI deverão, genericamente, “emitir uma programação que contribua para a formação e informação do público e para a promoção de língua e cultura portuguesas, tendo em consideração as necessidades especiais de certas categorias de espectadores, entre as quais as crianças e os jovens; contemplar na sua programação os interesses gerais e diversificados do público, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais; emitir programas de informação dos sub-géneros debate e entrevista, autónomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal; emitir, diariamente, programas dirigidos ao público infantil/juvenil, no período da manhã ou da tarde; emitir programas de natureza cultural e formativa, nomeadamente, obras de criação documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas, em horário de audiência não reduzida e com periodicidade regular; diversificar os géneros da programação emitida no chamado “horário-nobre” (20h00-23h00)”, etc.

De um modo geral, as obrigações agora impostas pelo regulador vêm ao encontro do espírito da Lei e do referido “interesse público” originário, o que deve ser, obviamente, aqui salientado. ©



FRANCISCO RUI CADI
DOCENTE UNIVERSITÁRIO

“De um modo geral, as obrigações impostas pelo regulador vêm ao encontro do espírito da Lei”

ASSESSORES DE COMUNICAÇÃO VS. JORNALISTAS

Se um jornalista deixou de o ser para entrar, como assessor, num gabinete ministerial, como encarar depois o seu regresso, de novo como jornalista, a uma redacção de um jornal, de uma rádio ou de uma televisão? Como o regresso de um ex-assessor ou de um ex-jornalista, serventário do poder?

A promiscuidade que nos últimos anos foi legitimada, nesta matéria, em sede de Estatuto dos Jornalistas, é um continuado erro que abala a dignidade e a independência da classe, contribuindo para reforçar a desconfiança que a opinião pública exprime sobre as ligações perigosas de práticas ditas “jornalísticas”. Miguel Sousa Tavares lembrou recentemente, no Expresso (“Jornalismo, modo de vida”, 3.6.06), que esta “absoluta promiscuidade” recebeu no passado o apoio da classe “com o próprio Sindicato dos Jornalistas a propor que se equiparassem os profissionais das agências a jornalistas, com carteira profissional e tudo”.

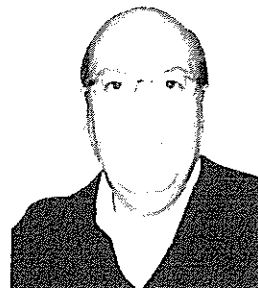
Certamente com a mesma convicção crítica, o governo holandês em boa hora decidiu impedir esta lógica de vasos comunicantes que em nada dignifica o jornalismo e muito menos as instituições comprometidas nessas práticas.

Apesar de tarde, vai-se sempre a tempo de introduzir este debate e procurar seguir o exemplo holandês. Temos em Portugal largas centenas de licenciados em assessorias de comunicação empresarial, organizacional e institucional, ou mesmo em relações públicas e marketing político, que deverão, esses sim, ser chamados ao exercício desse tipo de funções. Enquanto continuarem a

ser os “ex-futuros-jornalistas” os porta-vozes de estratégias políticas e corporativas, continuaremos com uma delicada pecha na sociedade portuguesa.

Sabe-se agora que uma nova proposta de lei do Estatuto dos Jornalistas prevê o que é designado como um período de carência de seis meses, em que o ex-jornalista e/ou ex-assessor, não poderá trabalhar na esfera editorial da sua actividade anterior. É um avanço, mas que sabe a nada. O ideal seria que no espírito da lei houvesse uma clara desmotivação do retorno à profissão dos assessores do poder. Uma reserva de seis meses continua a ser, no fundo, um convite à serventia política dos ditos “jornalistas”. É inaceitável que um jornalista seja num dia profissional de marketing político ou propagandista desta ou daquela estratégia política e no dia seguinte regresse candidamente à redacção como se nada fosse com ele... Se não for colocada uma forte reserva ao regresso ao jornalismo desses servidores de gabinete, de modo a que iniba ao máximo essa obscena incompatibilidade, o “quarto poder” pouco mais será do que um quarto do poder.

A relegitimação dos media é uma “Via Crucis” dolorosa, para um objectivo porventura inalcançável. Exorcismos, alguns foram frontalmente assumidos. João Miguel Tavares escreveu “O pecado mora aqui”, no DN de 26.5.06, um pequeno guia para todos que andam perdidos: “os grandes pecados dos media nacionais são o comodismo, a desatenção, o respeitinho pelo poder, o alheamento da sua tarefa histórica de watch dog”. Assino por baixo. ☉



FRANCISCO RUI CÁDIMA
DOCENTE UNIVERSITÁRIO

“Hoje, a comunicação serve sobretudo para dissimular a informação”

ANÓNIMO DO SÉCULO XX

O AUDIOVISUAL EUROPEU CHEGOU AO PARAÍSO

O sétimo relatório da Comissão Europeia sobre a aplicação dos artigos 4.º e 5.º da Directiva “Televisão sem Fronteiras”, de 14.8.2006, concluiu que a quota de obras europeias na programação televisiva estabilizou na UE a um nível superior a 60 % do tempo total de transmissão em 2004. Perante estes números, a Comissária Europeia do Audiovisual, Viviane Reding, afirmou que “a grande qualidade dos conteúdos audiovisuais europeus, assim como a vitalidade do sector audiovisual ilustra a riqueza da diversidade cultural na Europa”.

Quanto a Portugal, o documento refere em particular o caso da TVI, que registou uma boa performance em 2004. Os canais da RTP atingiram os 75% e só a SIC generalista ficou aquém do que a Directiva exige, com 46,3% de produção europeia. Curiosamente, não podendo ser contabilizados noticiários, é um canal de informação, a SIC Notícias, que atinge os 76,1%, tendo a NTV chegado mesmo aos 100 por cento...

A crer nas palavras da Viviane Reding, até pode parecer que o Audiovisual europeu e as suas produções alcançaram o Paraíso. Mas olhando para as nossas queridas televisões – e, porque não – para o horário nobre dos nossos canais generalistas, que vemos nós de produções europeias? O que é que nos chega da Europa ao prime-time da televisão portuguesa? Muito pouca coisa, com excepção, naturalmente, da produção local.

Diz a Directiva europeia que devem os Estados-membros velar por que os canais de TV reservem a obras comunitárias uma percentagem maioritária do seu tempo de

antena, excluindo o tempo consagrado aos noticiários, a manifestações desportivas, concursos, publicidade, serviços de tele-texto ou televenta. Percentagem que deve ter em conta as responsabilidades dos operadores em matéria de informação, educação, cultura e diversão. O problema é que de um modo geral, entende-se no documento por “obras europeias” as obras originárias dos Estados-membros... Dir-se-ia que, nesta matéria, tudo o que vem à rede é peixe. Daí ser vital introduzir novas modalidades de monitorização assente em princípios qualitativos na análise do sistema de quotas.

O sistema de quotas, tal como está definido, é um contra-senso dado que se anula a si próprio a partir do momento que se estrutura sobre um princípio meramente quantitativo. Isto é, ao postular que determinados programas e produções – todos, dentro de determinados géneros –, são considerados para a contagem percentual final, assume-se que não há uma escolha pela qualidade intrínseca dos conteúdos, nem tão pouco por uma orientação estratégica que privilegie, por exemplo, o «stock» face ao «fluxo» e muito menos por produções que integrem – e ‘inscrevam’ (no sentido da ‘inscrição’ de José Gil) – uma ideia e uma identidade europeias, quer no plano cultural, quer mesmo no ‘sacrossanto’ plano do ‘grande mercado’ europeu, paradigma referencial da própria Comissão Europeia. A própria noção de quota de ‘obras europeias’, neste contexto, comporta algum ridículo, dada a inexistência do conceito, de consenso, e de exigência em torno desta matéria. ☉



FRANCISCO RUI CADIMA
DOCENTE UNIVERSITÁRIO

“O sistema de quotas, tal como está definido, é um contra-senso dado que se anula a si próprio”

RTP, ANO 50

A história da RTP pode contar-se, em termos muito esquemáticos, em três mil caracteres. Dos 50, dezassete foram vividos em ditadura e os restantes 33 nesta jovem e atribulada democracia.

Com Salazar, a RTP manteve-se rigorosamente institucional, sendo a montra privilegiada da agenda protocolar do regime e das suas figuras proeminentes. Isto sem que alguma vez tivesse conseguido transformar o ditador num líder panfletário ou mesmo carismático. Salazar cultivava uma espécie de “telefobia” que o mantinha a uma distância razoável quer das mundaneidades telejornalísticas, quer da propaganda organizada em torno da sua figura. No fundo, como bem foi reconhecido, entrou para a política como poderia ter entrado para uma qualquer ordem monástica.

Já Marcello Caetano, com a ajuda da televisão, apareceu aos olhos do povo como um “Salazar” um pouco mais simpático. Ele que fora um quase “santo patrono” RTP, que tinha inclusive redigido as bases da concessão da empresa e que era, enquanto líder do governo, o seu “supremo inspirador”.

No imediato pós-25 de Abril, a televisão foi a grande tentação da política emergente. Um complexo e hiperactivo “caldo” de militares, comunistas, esquerda revolucionária e socialistas fizeram da RTP um campo de batalha de estratégias político-partidárias, acalmado no pós-25 de Novembro de 1975. Apesar de tudo, por essa altura a televisão esteve muito próxima das realidades sociais e históricas do país. Centenas de documentários, produzidos pelas cooperativas de cinema e televisão, foram então emitidos ao

abrigo da “dinamização cultural” do MFA e da nova realidade democrática.

Até que a “revolução” deu lugar à institucionalização do regime com a AD. Na RTP entravam Cunha Rego e logo depois Proença de Carvalho, e com eles, o “aparelho ideológico de Estado”. Desaparecia, pelas mãos de Proença, o Informação/2 e o jornalismo independente de Hernâni Santos, Carlos Pinto Coelho, António Mega Ferreira, Joaquim Furtado, certamente o melhor espaço de informação da história da RTP.

Com Soares e o Bloco Central, dispositivo instrumental e aparelho institucional deram-se as mãos sempre que solicitado. Disso mesmo, Soares viria a fazer o seu próprio “mea culpa”. Seguiam-se as duas legislaturas de Cavaco e a angústia do monopólio de Estado perante o “penalty” da liberalização da televisão. Se se imaginava que doravante a RTP se distinguiria dos projectos comerciais pela qualidade, o facto é que, de início, mais depressa se encontrava “serviço público” nas privadas do que na pública. Daí para cá muito mudou, mas permanece a angústia, tão bem enunciada por Paulo Branco: “Serviço Público? A que horas passa?”

Daí que, pela intermediação da tecnologia, pela interposição da cidadania e pela emergência daquilo a que se chama o “egocasting”, a pós-televisão estará certamente mais próxima do cidadão do que a sua velha “tia” RTP.

Chegada a esta bonita idade, quanto mais anos terá pela frente? Fará outros 50? Não é nada provável. Pelo menos enquanto “televisão”. ©



FRANCISCO RUI CÁBIMA
DOCENTE UNIVERSITÁRIO

“Já Marcello Caetano, com a ajuda da televisão, apareceu aos olhos do povo como um ‘Salazar’ um pouco mais simpático”

O PRINCÍPIO DO FIM DA TELEVISÃO

Todos o sabemos já: o telespectador é cada vez mais um programador. O que significa que essa é, em si mesma, uma ruptura face ao paradigma da televisão clássica. Mas, através da possibilidade de ver/fazer o que quer, quando quiser, onde quiser e como quiser, e também porque o novo programador é também um 'produtor', pode dizer-se que o velho broadcasting está em evolução, por assim dizer, para o 'egocasting'.

O desafio da 'pós-televisão' está portanto numa hiper-personalização dos novos media emergentes e num novo consumo de conteúdos digitais que inevitavelmente conduzirá a um declínio da televisão generalista, agora um pouco mais acelerado do que sucedeu ao longo da última década.

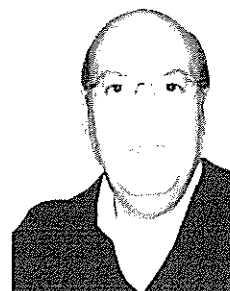
O princípio do fim da televisão, enquanto plataforma única de distribuição de programas, pode começar por situar-se no final de 2005 quando começa a ser muito claro que a TV tinha de tratar rapidamente de alterar o seu modelo de negócio na medida em que emergia um novo dispositivo de comunicação apostado em multiplataformas de enorme flexibilidade e mobilidade. As hostilidades são desde logo abertas pela Apple/iTunes, pela ABC, NBC, MTV, etc., que passam a oferecer online conteúdos diversos e nomeadamente as melhores séries televisivas norte-americanas, de *Desperate Housewives* a *Commander in Chief*.

O novo modelo de comunicação centra-se em estratégias de identificação dos modos de consumir os novos conteúdos, desde aqueles que são meras adaptações do broadcast aos formatados pelo multimédia inter-

activo para as múltiplas extensões do novo modelo de comunicação. Os novos públicos são agora mais autonomizados e estão hipersegmentados por opções e perfis, por redes e serviços, por suportes e terminais, tendo cada um a sua própria e complexa experiência 'audiovisual'.

Entre as grandes vantagens de 'descarregar' conteúdos, para além da autonomia, mobilidade, arquivo, etc., estão, por exemplo, aspectos como a antecipação face à estreia de uma série, o acesso a conteúdos habitualmente não disponibilizados 'em aberto', a declinação de informação enquanto 'hyperserial', etc. Do lado da tecnologia, como Bill Gates referiu, importa depois não esquecer outra profunda mutação emergente no actual contexto, designadamente a passagem da nova televisão digital para a TV sobre IP.

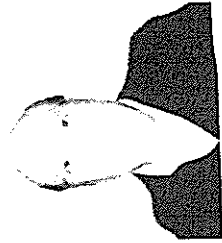
Se o dispositivo comunicacional da era da TV analógica tinha as especificidades próprias do modelo 'mass-mediático', o dispositivo digital emergente assenta numa lógica biunívoca, 'imersiva' e participativa. Mas a 'pós-televisão' e os seus conteúdos distribuídos pelas múltiplas extensões móveis remetem para uma individualização cada vez maior, para uma (hiper)personalização da experiência de consumo audiovisual e multimédia, para uma experiência nómada cuja caracterização escapa à lógica tradicional de distribuição da comunicação. E é justamente aí que está o maior desafio do novo paradigma. Um desafio tanto maior quanto menor se tornou, na era da televisão generalista, o aprofundamento científico e qualitativo do conhecimento dos públicos. ©



FRANCISCO RUI CÁDIMA
DOCENTE UNIVERSITÁRIO

"A 'pós-televisão' e os seus conteúdos distribuídos pelas múltiplas extensões móveis remetem para uma individualização cada vez maior"

WEB TV LOCAL/REGIONAL EM PORTUGAL



FRANCISCO
RUI CÁDIMA
LUGAR 111 UNIVERSITÁRIO

AS WEB TV REGIONAIS EM PORTUGAL PODEM SER ENTENDIDAS, EM PRIMEIRO LUGAR, COMO UMA EMERGÊNCIA TARDIA DAS TELEVISÕES LOCAIS QUE NUNCA TIVEMOS.

“(...) em pouco mais de dois anos, contam-se já por cerca de uma centena os projectos de Web TV em Portugal (...)”

“Há, pois, fragilidades no actual modelo existente de Web TV's.”

MEMÓRIA X X (1)
Agora 2008

Historicamente, em Portugal, podemos recuar ao final do ano de 2005, de forma a localizarmos os primeiros projectos de Web TV nesse contexto. O primeiro deles, aliás, terá sido o projecto TVNET, que arranca no final de 2005, curiosamente nos Açores, estendendo cerca de um ano depois o projecto ao continente. Ao longo de 2006 surgiram mais de duas dezenas de televisões na rede.

Desde então, em pouco mais de dois anos, contam-se já por cerca de uma centena os projectos de Web TV em Portugal, embora alguns ainda muito amadores. Há, portanto, uma nova galáxia comunicacional em emergência no nosso sistema “pós-mediático” à qual importa dar o devido relevo, apesar de a qualidade dos seus conteúdos não esteja ainda num plano profissional adequado.

Há, pois, fragilidades no actual modelo existente de Web TV's. Objectivamente, a evolução de sites “televisivos” desde finais dos anos 90 não regista, ainda hoje, dinâmicas substancialmente diferentes daquelas que seria expectável prever há dez anos atrás.

Importa então sistematizar um conjunto de tópicos fundamentais para o desenho de projectos de Web TV, desde os mais locais, de mais curta proximidade, aos regionais, com uma maior amplitude geográfica.

Importa ter a consciência de que estamos integrados num novo paradigma, a que se vai chamando a Web 2.0, o que implica:

- a integração na interactividade social online;
- perceber que no novo paradigma prevalece em boa parte aquilo a que se pode chamar uma “cultura clip”, própria da “geração G” (de Google);
- apostar na seriedade e independência de um projecto jornalístico, subordinado prioritariamente aos mais profundos interesses da comunidade local/regional;
- apostar prioritariamente na imagem vídeo;
- e, finalmente, na criatividade e potencialidade de um projecto de webdesign, simples e directo, empenhado e participativo, fortemente imbricado na sua “rede social” e “colaborativo”.

O facto de Portugal não ter tido, ou melhor, de não ter podido ter projectos de televisão local, configura historicamente uma situação de grave défice democrático do nosso sistema de comunicação social no pós-25 de Abril, que aliás, permanece ainda hoje, em 2008. Pode dizer-se que, em parte, foi a Internet que veio permitir o desbloqueamento dessa proibição (e, por que não dizê-lo, dessa censura), sobretudo a partir do momento em que começam a aparecer, um pouco por todo o país, um conjunto de projectos de tipo “Web TV”.

O facto de Portugal não ter tido, ou melhor, de não ter podido ter projectos de televisão local, configura historicamente uma situação de grave défice democrático do nosso sistema de comunicação social no pós-25 de Abril, que aliás, permanece ainda hoje, em 2008. Pode dizer-se que, em parte, foi a Internet que veio permitir o desbloqueamento dessa proibição (e, por que não dizê-lo, dessa censura), sobretudo a partir do momento em que começam a aparecer, um pouco por todo o país, um conjunto de projectos de tipo “Web TV”.

Espaço público

O pluralismo político-partidário é uma dimensão redutora do conceito de pluralismo

Pluralismo e monitorização da TV do Estado

"Gostaria que a RTP examinasse seriamente o seu papel, a sua função cultural e a sua missão informativa, sacudindo a dependência estreita do Governo em que se colocou voluntariamente, pensando na nobreza do serviço que poderia prestar ao país (...)"

António Barreto ("Gostaria", PÚBLICO, 28/12/2008)

Francisco Rui Cádima

Disponibilizado a 4/6/2009, o *Relatório do Pluralismo Político-Partidário no Serviço Público de Televisão*, da ERC, foi recebido de forma crítica pela oposição político-partidária e pelos media. E com razão. Surge como um estudo com dados agregados entre a RTP1 e RTP2 (e não por blocos noticiosos autonomizados), no período 2007-2008, o que coloca desde logo um enviesamento na análise.

Metodologicamente, é um estudo que parte de uma amostragem sistemática e cumulativa naquele período, mas não integra qualquer despistagem sobre o sentido e a tendência da análise, sobre a "lei" do arquivo, designadamente de âmbito temático, em termos da avaliação dos "ciclos" de informação ou de matérias noticiosas específicas, definidas num contexto de construção de séries discursivas bem delimitadas, em diversos âmbitos. A saber, por exemplo: sobre o discurso televisivo relativo às estratégias de comunicação e/ou propaganda de líderes partidários e/ou de membros do Governo; sobre o acompanhamento dos "directos" diários do primeiro-ministro (no Jornal da Tarde da RTP1); ainda sobre matérias centradas nos temas de grande relevância pública do período, sobretudo no domínio do escrutínio da coisa pública e do escrutínio da acção e das práticas dos líderes políticos e/ou de membros do Governo - da "campanha negra" às campanhas rosa.

Do mesmo modo, verifica-se que não foi aplicada análise de conteúdo, ou de discurso, para despistar outras dimensões centrais das práticas em apreço, como a liberdade editorial, independência e rigor da informação; o jornalismo de investigação produzido pela informação diária da RTP - isto é, de que forma e em torno de que temas ou tópicos se constrói o trabalho investigativo das redacções dos blocos diários da informação; o tipo de representação da cidadania; a estrutura dos telegiornais e os alinhamentos (a dimensão "legitimadora" da actualidade trágica e do *fait-divers* nas aberturas de telegiornais) pensada na lógica da cidadania e do interesse público nas matérias noticiosas em presença; os mimetismos de outras agendas e a origem do conteúdo seleccionado pela redacção (no sentido de identificar as "fontes" regulares: *spin-doctors*, gabinetes ministeriais, porta-vozes oficiais, agências de comunicação, etc., etc.); a identificação das vozes independentes e os comentadores regulares (ou não) nas peças de maior impacto público.

Particularmente em matéria de jornalismo de investigação, conviria conhecer qual a importância dada - quais as peças, quantas - produzidas pela redacção dos diários da RTP no período em apreço, relativas às questões de grande relevância crítica para a cidadania e o desenvolvimento (ou a hipoteca) do país: a questão da dívida pública (e privada); o declínio e "catástrofe" da escola pública; a crise do tecido empresarial das empresas; a débil industrialização; os investimentos faraónicos do Governo num contexto de crise; a corrupção e o tráfico de influências; as dependências das entidades reguladoras; as crises ambiental, financeira, social, de valores, etc., etc.

Importaria saber, por exemplo, os dados do (muito micro) universo das peças do Telegiornal da RTP1 sobre as artes, a cultura, o património, a ciência, em Portugal, e compará-los, por exemplo, com os dados relativos ao futebol. E tirar algumas ilações.

Outros aspectos não são de menor relevância: que meios de reportagem e feixes são alocados a "directos" de quê/quem/quando, fora dos períodos eleitorais; que transparência face às saídas e entradas de jornalistas da RTP na profissão, isto é, ao "vai-e-vem" entre a profissão e os

gabinetes ministeriais e afins; que declarações de interesses dos jornalistas são conhecidas, a começar pelos do sector público, nomeadamente quanto a ligações político-partidárias, como o Conselho da Europa sugere.

Importa, assim, levar a cabo uma verdadeira e assertiva monitorização da ética de antena do operador público português, designadamente sobre as estratégias e as discursividades dos âmbitos críticos e determinantes que têm vindo a ser identificados pela comunidade académica, a saber: a questão das práticas de representação da experiência da cidadania, o pluralismo e a independência da informação, a diversidade da informação/programação e o mimetismo face à oferta dos operadores privados.

Fundamentalmente, a questão é que não nos podemos conformar com uma monitorização do pluralismo do operador público centrada naquilo que é um reducionismo analítico, circunscrita apenas ao âmbito político-partidário e assente numa metodologia que mais ilude do que esclarece. Há importantes e decisivas dimensões a ser consideradas assertivamente pelos media que não podem ser iludidas, sob pena de termos de regresso - e por tempo longo - o pequeno "reino cadaveroso" de que falava António Sérgio.

A começar por um consenso necessário em torno do próprio conceito: a noção de "pluralismo" deve ser entendida numa óptica não exclusiva da esfera político-partidária e/ou da questão da concentração de mercados. Impõe-se, absolutamente, a diversidade das vozes, a qualidade de acesso e presença da sociedade civil, dos parceiros sociais, dos analistas independentes e *opinion makers*, das organizações não-governamentais, das associações de estudos e cívicas, enfim, a virtude civil dada pela participação e experiência da cidadania.

Para o rigor e profundidade da informação, é fundamental que os media se libertem dos velhos ciclos temáticos e ensinamentos que integram a "não-inscrição" e o "não-dito" - uma nova forma de censura -, sobretudo em relação ao "transpolítico", à crise do paradigma do progresso e à falência da sociedade da abundância e do consumismo, representada e "reproduzida" efectivamente pelos media. Este será, porventura, um dos principais fatores críticos do sistema de media ocidental.

Um modelo analítico assertivo deve, por isso, integrar um sistema de "despistagem" de eventuais séries e regularidades inerentes, introduzindo análises específicas na informação, através da selecção dos grandes "acontecimentos" de interesse público, notícias de grande polémica ou impacto nacional, e outra matéria noticiosa que se considere relevante aprofundar.

A um outro nível, que poderemos designar por "pluralismo geocultural", a diluição da informação num modelo meramente institucional e burocrático censura não somente a diversidade de pontos de vista, como também a interculturalidade e a diversidade, o que comporta perigos evidentes no plano da crise de identidade, da homogeneização cultural e da inclusão, para além de continuar a aprofundar o esquecimento sobre a história e a herança cultural e patrimonial, bem como as comunidades culturais do interior ou de âmbito geográfico mais restrito e as culturas minoritárias.

Convirá ainda não deixar de abordar na monitorização dos media públicos outros conceitos ou âmbitos importantes, desde o tema referido do interesse público face aos interesses dos públicos; o tema da qualidade, passando pela problematização da "audimetria" enquanto modelo inapropriado, mas aplicado pelo sector público; a dependência de opções jornalísticas de estratégias editoriais de tipo comercial; em consequência, o problema da informação tablóide ou sensacionalista; ou ainda, o tema da informação/"mensagem" europeia nos telegiornais (para se perceber que a "euro-indiferença" e a exclusão da Idela de Europa são, paradoxalmente, construções das próprias televisões públicas dos Estados-membros).

Enfim, todo um conjunto de abordagens mais densas



Impõe-se a diversidade das vozes, a qualidade de acesso e presença da sociedade civil, a virtude dada pela participação e experiência da cidadania

que terão por objectivo final a salvaguarda da legitimidade do serviço público a partir da avaliação das múltiplas dimensões do pluralismo, da diversidade e da cidadania, constantes na oferta da informação (e programação) em aberto.

Por fim, e sublinhando que o pluralismo político-partidário é uma dimensão redutora do conceito de

pluralismo, importa relançar o debate sobre toda esta questão à luz de um estudo recentemente surgido, promovido pela União Europeia, que reduz o pluralismo "político-partidário" a não mais do que uma sombra fugidia da dimensão plena do pluralismo nos media e das suas ameaças, propostas que, basicamente, vêm ao encontro de algumas das questões aqui já referidas. Referimo-nos ao *Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States - Towards a Risk-Based Approach* (de Abril de 2009), que alerta para múltiplas insuficiências regulatórias relativas às várias dimensões do pluralismo, por exemplo: a) nas garantias básicas relativas à independência das entidades reguladoras dos media, na liberdade editorial e de informação dos media, na media literacy; b) nas barreiras à entrada e na monitorização/sanção e transparência da propriedade e controlo dos media; c) na insuficiente protecção de géneros e tipos de programas, nas imprecisões e confusões das atribuições e competências dos media públicos; d) na excessiva representação dos governos e na propaganda de determinadas ideologias políticas nos media e consequente sub-representação das opiniões minoritárias; e) nas garantias relativas ao acesso aos media e à diversidade cultural, em particular nos media públicos e também ao desenvolvimento de media minoritários e comunitários; f) nas garantias, ainda insuficientes, relativas ao desenvolvimento de media locais e regionais e à representação das comunidades locais e regionais nos media públicos.

Enfim, todo um conjunto de problemas de largo espectro que reconduzem o tema do pluralismo para a sua real dimensão e não para um conjunto de quadros eufemísticos e inconsequentes. Estes são, de facto, tempos difíceis para defender a liberdade editorial e o pluralismo dos media. Professor do Departamento de Ciências da Comunicação (FCSH-UNL)

Media: uma legislatura para (não) esquecer

Comentário



Francisco Rui Cádima

Em matéria legislativa, no sector dos *media*, este Governo começou muito bem e acabou muito mal. Começou por aprovar uma excelente lei que criou os provedores do serviço público de rádio e de televisão.

Avançou, depois, para a criação do regulador (ERC), mas aí os erros cometidos em matéria de independência do órgão face ao próprio Governo e aos regulados ensombraram desde logo a bondade do seu quadro normativo e as práticas da entidade.

Outro passo muito problemático foi a aprovação do Estatuto dos Jornalistas com as suas alegadas inconstitucionalidades, as questões da violação de direitos e garantias fundamentais, insuficiente protecção ao sigilo profissional, menorização do direito de autor do jornalista e

da sua liberdade de criação e de expressão, críticas sobre a questão da revelação das fontes e falta de coragem política em matéria de incompatibilidades entre o jornalismo e as assessorias de comunicação.

Em 2007 houve uma nova Lei da Televisão, politicamente muito correcta, mas que veio legitimar um profundo contrasenso: veio exigir de forma mais incisiva aos privados (art.º 34) aquilo que não exigiu depois à RTP1 (art.º 53), com a agravante de estabelecer um “órgão consultivo” para a RTP2 (art.º 54) e não o fazer para a RTP1... Ora, o que isto legitimou foi, de

facto, uma RTP1 mergulhada nos jogos miméticos com os privados, e uma RTP2 como “depósito” cultural, defendendo a honra do convento. Mas serviço público deste, não obrigado. O ciclo termina com a “Lei do pluralismo e não concentração

O próprio veto [à Lei do Pluralismo] denunciava já o facto de estarmos perante um modelo “raqutico” e não amplo e democrático de pluralismo

nos meios de comunicação social”, vetada duas vezes pelo PR. O próprio veto denunciava já o facto de estarmos perante um modelo “raqutico” e não amplo e democrático de pluralismo. Quando escrutinado - o pluralismo - apenas do ponto de vista da posição dominante de mercado ou das “vozes” do tradicional sistema político-partidário, isso significa que estamos perante uma noção de pluralismo muito redutora do próprio processo democrático e da experiência da cidadania. O que era o caso. *Professor do Departamento de Ciências da Comunicação (FCSH-UNL)*