

WELLINGTON AMARANTE OLIVEIRA

**MUITO ALÉM DO CONHECIMENTO:
a TV educativa na França e no Brasil, a *La Cinqüième* e o Canal
Futura (1994-2002)**

**Assis
2017**

WELLINGTON AMARANTE OLIVEIRA

**MUITO ALÉM DO CONHECIMENTO:
a TV educativa na França e no Brasil, a *La Cinqüième* e o Canal
Futura (1994-2002)**

Tese apresentada à Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Ciências e Letras, Assis, para a obtenção do título de Doutor em História (Área de conhecimento: História e Sociedade)

Orientador: Áureo Busetto
Bolsista: Wellington Amarante Oliveira
Processo FAPESP: 2013/17906-2

**Assis
2017**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca da F.C.L. – Assis – Unesp

O48m Oliveira, Wellington Amarante
Muito além do conhecimento: a TV educativa na França e no Brasil, a La Cinqüième e o Canal Futura (1994-2002) / Wellington Amarante Oliveira. Assis, 2017. 281 f.: il.

Tese de Doutorado – Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Ciências e Letras, Assis
Orientador: Dr. Áureo Busetto

1. Televisão - História. 2. Brasil - História - 1994-2002.
3. França - História - 1994-2002. I. Título.

CDD 791.45015

Wellington Amarante Oliveira

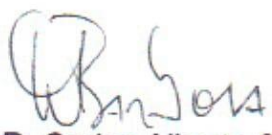
MUITO ALÉM DO CONHECIMENTO: A TV EDUCATIVA NA FRANÇA E NO
BRASIL, A "LA CINQUIÈME" E O CANAL FUTURA (1994-2002)

Tese apresentada à Universidade
Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de
Ciências e Letras, Assis, para obtenção
do título de Doutor em HISTÓRIA. (Área
de Conhecimento: HISTÓRIA E
SOCIEDADE)

Data da Aprovação: 31/08/2017

COMISSÃO EXAMINADORA


PRESIDENTE: PROF. DR. Aureo Busetto - UNESP/ASSIS


MEMBROS: PROF. DR. Carlos Alberto Sampaio Barbosa - UNESP/ASSIS


PROF. DR. Milton Carlos Costa - UNESP/ASSIS

PROF. DR. Rafael Rosa Hagemeyer - UDESC/FLORIANÓPOLIS


PROF. DR. Edvaldo Corrêa Sotana - UFMS/AQUIDAUANA

Dedico esta tese as minhas avós Jandira e Neuma, a minha mãe Raineide e a minha companheira Camila, mulheres que têm me ensinado a ser um homem melhor.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo pela bolsa concedida (Processo FAPESP 2013/17906-2), que possibilitou que todas as atividades relativas à pesquisa fossem desenvolvidas plenamente.

Agradeço ao meu orientador, professor Áureo Busetto, pela parceria ao longo destes anos, pela liberdade e o incentivo à autonomia intelectual e pela generosidade de compartilhar o seu conhecimento sobre a história. Agradeço aos professores Carlos Alberto Sampaio Barbosa e Rafael Rosa Hagemeyer, que participaram do Exame de Qualificação com leituras atentas, indicações precisas e incentivos para a conclusão deste trabalho. Agradeço também aos professores Edvaldo Correa Sotana, Cássia Rita Louro Palha e Osmani Ferreira da Costa que contribuíram com indicações de pesquisa nos mais diversos eventos acadêmicos, e à professora Vizette Priscila Seidel pela revisão gramatical.

Agradeço imensamente à professora Évelyne Cohen pela disposição de ter sido responsável pelo meu Estágio no Exterior, assumindo todas as obrigações burocráticas que a função exigia e, sobretudo, por suas orientações precisas sobre a televisão francesa. Agradeço a Pascal Toublanc pelo profissionalismo e pela paciência para explicar o funcionamento da *Inathèque* e por esclarecer todas as minhas dúvidas durante o período de pesquisa no *INA Centre-Est*, em Lyon. Agradeço a Paul Desfontaines e Aurélien Peyrel pela recepção na sede da *France Télévisions* e pelo cuidado na separação dos documentos consultados junto ao *Service Archives France Télévisions*. Agradeço à Lúcia Araújo e Mônica Pinto por franquearem o acesso aos documentos impressos e audiovisuais do Canal Futura e a Gilsa Ribeiro e toda a sua equipe do setor de arquivos de imagens da emissora.

Sou imensamente grato aos funcionários da UNESP/Assis, responsáveis pelo funcionamento geral do *campus* e por tornar esse lugar tão especial. Agradeço especialmente ao Auro, Cleomar, Ana Paula, Sérgio e demais funcionários da biblioteca “Acácio José Santa Rosa” que, apesar das adversidades e dificuldades cotidianas, estão sempre dispostos a nos atender da melhor forma possível. À Clarice e Regina, secretárias do Departamento de História, sempre disponíveis e atenciosas. À Zélia, Lino, Marcos, Sueli e demais funcionários da Seção Técnica de Pós-Graduação pela disponibilidade, agilidade e paciência com as demandas muitas

vezes urgentes. Ao Márcio e Eduardo, do escritório de pesquisa, sempre prontos a esclarecer e resolver os imprevistos relacionados à bolsa.

Agradeço ao Danilo Alves Bezerra e à Lígia Cristina Carvalho a oportunidade de ter participado do Conselho Editorial fundador da revista discente *Faces da História* e, no ano de 2015, poder ter chefiado a revista, ao lado de Andréa Helena Puydinger De Fazio, David Aparecido Costruba e Patrícia Trindade Trizotti, parceiros competentes, sem medo de trabalho e tampouco dos desafios que a função impunha. Agradeço também ao Antonio, Mírian, João, Dirceu, Camila, Anelize, Gilvana, Mariana e Amanda e a todos os integrantes da equipe que não pouparam esforços para fazer da *Faces da História* uma realidade.

Agradeço à Emilla Grizende Garcia, Fabiana Aline Alves, Paulo Gustavo da Encarnação, Rafael Paiva Alves e Vanessa Pironato Milani, companheiros do Grupo de Pesquisa História e Mídias Eletrônicas, por todas as discussões, trocas e intercâmbios; destaco as figuras de Carla Teixeira e Eduardo Amando de Barros Filho, pela amizade sincera e por sempre estarem dispostos a parcerias e novas empreitadas. Agradeço aos meus alunos da disciplina de História do Ensino de História pelo respeito e paciência que tiveram comigo. Agradeço minhas professoras de francês Brigitte, Carla e Norma pelo aprendizado e pela gentileza em me aceitarem em seus cursos como aluno especial.

Agradeço aos amigos Ana Carolina, Ana Clara, Artur, Benedito, Carla, Danilo, Ellen, Fabíula, George, Luciano, Marco Sávio, Maria Cristina, Marina, Priscila, Roberto, Shaila e Viotto, cada um contribuindo com a sua amizade, preocupação e companhia nas angústias e nas alegrias. Agradeço a todos que acompanharam os últimos momentos desta tese no Instagram: as mensagens de incentivo foram importantes para conseguir aquele último fôlego para a conclusão do trabalho.

Agradeço a toda minha família pelo incentivo. Especialmente os meus pais, Reinan e Raineide, por continuarem batalhando para formar os seus filhos. Às minhas irmãs Jéssica e Beatriz e meu irmão Renan, por serem tão parte de mim, mesmo quando estamos longe.

Encerro agradecendo a Camila, pessoa que esteve mais intensamente presente em todos os momentos desta jornada. Obrigado pelos sorrisos nas horas alegres, os incentivos nas horas mais difíceis, as leituras, correções, consultorias. Um exemplo de pesquisadora, de professora, de mulher, de ser humano. Obrigado por ter feito de nossa casa um lar, onde, além de gatos, agora teremos teses.

Há alguns meses, os poderes públicos me confiaram a tarefa apaixonante de criar este canal do saber, da formação e do emprego que é lançado hoje. É com entusiasmo que a equipe restrita que eu constituí aceitou se lançar, ao meu lado, nesta formidável aposta. Nosso tempo era contado e as armadilhas numerosas, mas graças ao formidável ímpeto que o anúncio desta criação desencadeou na comunidade educativa, nos produtores, no universo econômico, no mundo associativo, nós pudemos nesse mês de dezembro de 1994 celebrar com alegria, mas também com bastante modéstia, o nascimento da La Cinquième. Com essa criação a França dá um passo importante, pois televisões comparáveis, de vocação educativa, existem desde longa data na maioria dos países desenvolvidos. A televisão não pode mais ignorar a sua missão educativa, seu papel de veículo do conhecimento e do saber.

Jean-Marie Cavada

O Futura é um canal que tem o compromisso de gerar conhecimento, atitudes e competências que concretizem os valores maiores que desejamos para a sociedade brasileira. Pretendemos enfatizar quatro valores fundamentais para nosso país: a noção de comunidade, a ética, o espírito empreendedor e o pluralismo cultural. Se estes valores se traduzirem em conhecimento e competência, teremos avançado na relação entre televisão, educação e cidadania e criado mais uma opção no sistema brasileiro de televisões educativas, que queremos cada vez mais democrático e pluralista.

Joaquim Falcão

OLIVEIRA, Wellington Amarante. **Muito além do conhecimento: a TV educativa na França e no Brasil, a *La Cinqüième* e o Canal Futura (1994-2002)**. 2017. 281 f. Tese (Doutorado em História). Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Ciências e Letras, Assis, 2017.

RESUMO

Esta tese tem por objetivo central analisar histórico-comparativamente o papel das emissoras educativas no campo televisivo francês e brasileiro entre os anos de 1994 e 2002, tendo como eixo-central as relações sociais que tornaram possível a criação da *La Cinqüième* e do *Canal Futura*. A *La Cinqüième*, canal educativo público, inaugurado em 1994, foi criada com o objetivo de colaborar para suprir as carências educativas francesas e ajudar a retirar o país da crise. O seu surgimento ocorreu em meio a uma reorganização do campo televisivo francês após desarranjos causados pela quebra do monopólio público na década de 1980. O Canal Futura, emissora privada, criada em 1997, possibilitou às Organizações Globo reforçar a imagem de suas empresas, sobremaneira da Rede Globo, dada a simbiose entre as duas emissoras, como eficaz prestadora de serviço social e comprometida com a difusão de conteúdos culturais e educativos para toda a sociedade brasileira. A existência do Canal Futura demonstrava a eficiência do modelo televisivo comercial em garantir produções educativas de qualidade, deslegitimando às experiências públicas em televisão educativa, especificamente a TVE, do Rio de Janeiro e a TV Cultura, de São Paulo. Nesse sentido, buscamos confrontar a hipótese de que a *La Cinqüième* e o Canal Futura, ainda que de naturezas distintas (público e privado), e com atuação em campos televisivos diferentes, enfrentaram, ao longo de suas trajetórias iniciais, os mais variados desafios, muitas vezes com práticas semelhantes, o que confirma a inserção das emissoras no debate internacional, aberto em vários países, sobre as formas de potencializar os usos educativos da televisão na superação das desigualdades socioeconômicas, mas também na exploração do audiovisual educativo um novo nicho de mercado. A *La Cinqüième* e o Canal Futura se utilizaram constantemente do termo conhecimento, estratégia reveladora da busca por uma imagem de inovação frente às representações de que a veiculação de conteúdos educativos na TV seria algo arcaico e tedioso. A difusão do conhecimento assumiria um ar mais leve, arrojado, moderno, ligado ao mundo da descoberta. Por fim, as tanto a *La Cinqüième* quanto o Canal Futura aproximaram-se definitivamente dos elementos consagrados no campo televisivo, o que se expressou na utilização de artistas renomados, gêneros populares e outros formatos ligados ao entretenimento.

PALAVRAS-CHAVE: História da Televisão; Brasil contemporâneo; França; *Canal Futura*; *La Cinqüième*; Organizações Globo; Anos 1990.

OLIVEIRA, Wellington Amarante. **Far beyond the knowledge: educational TV in France and Brazil, La Cinquième and Canal Futura (1994-2002)**. 2017. 281 f. Thesis (Doctorate in History). São Paulo State University (UNESP), School of Sciences, Humanities and Languages, Assis, 2017.

ABSTRACT

This thesis aims to analyze from an historical comparative perspective the role of educational broadcasters in the French and Brazilian television field between 1994 and 2002, having as central axis the social relations that made possible the creation of La Cinquième and Canal Futura. La Cinquième, public education channel, inaugurated in 1994, was created with the objective of supporting and providing resources in order to meet France's educational needs and help to withdraw its crisis. The foundation of this public education channel arised whilst a reorganization the French television area after the disruption caused by the breaking of public monopoly in the 1980's. The Canal Futura, private broadcaster, created in 1997, enabled Globo Organizations to reinforce the image of their companies, particularly of Rede Globo, given the symbiosis between the two stations, due to its commitment as an effective social services provider responsible for dissemination of cultural and educational content for brazilian society. The existence of the Canal Futura demonstrated the efficiency of commercial television model as way of guaranteeing educational quality productions, invalidating public experiences in educational television, specifically the TVE, in Rio de Janeiro and TV Cultura, in São Paulo. Therefore, this thesis proposal is to confront the possibility that La Cinquième and Futura, although from different natures (public and private) and acting in different television fields, have both faced, throughout their trajectory, the most various challenges, frequently with similar practices, which confirms the insertion of networks in the international debate, opened in several countries, on ways to enhance the educational uses of television in overcoming the socio-economic inequalities but also in exploring the educational audiovisual a new category of market. La Cinquième and Canal Futura have constantly used the term knowledge, a strategy that reveals the search for an image of innovation in face of representations that the airing of educational content on television would be archaic and tedious. The diffusion of knowledge would embrace a lighter, enterprising, modern air, linked to a world of discovery. Finally, both La Cinquième and Canal Futura got closer to what would become a definitive relation with the elements consacreted in the television field, which has expressed itself through the use of renowned artists, popular genres and other entertainment-related formats.

KEYWORDS: History of television; Brasil contemporaneous; France; *Canal Futura*; *La Cinquième*; Globo Organizations; Decade of 1990.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Charge sobre a televisão educativa.....	97
Figura 2 – Logotipos da <i>La Cinqüième</i> e do Canal Futura.....	109
Figura 3 – Primeira campanha publicitária da <i>La Cinqüième</i> (1994).....	113
Figura 4 – Segunda campanha publicitária da <i>La Cinqüième</i> (1995).....	114
Figura 5 – Terceira campanha publicitária da <i>La Cinqüième</i> (1995).....	115
Figura 6 – Propaganda <i>Teca na TV</i> no jornal <i>O Globo</i>	117
Figura 7 – Propaganda <i>Fala Galera</i> no jornal <i>O Globo</i>	118
Figura 8 – Propaganda <i>Brava Gente Brasileira</i>	118
Figura 9 – Anúncio nas revistas <i>Época</i> e <i>Galileu</i>	120
Figura 10 – Anúncio do programa <i>Umas Palavras</i>	120
Figura 11 – Anúncio “de cabeça para baixo”.....	122
Figura 12 – Propaganda cinco anos do Canal Futura.....	122
Figura 13 – Charge sobre o Canal Futura.....	128
Figura 14 – Anúncios de abertura e encerramento da campanha <i>Valor</i>	156
Figura 15 – Anúncio Votorantim na campanha <i>Valor</i>	157
Figura 16 – Organograma do Canal Futura (1999).....	163
Figura 17 – Gráfico dos valores gastos com despesas de pessoal.....	164
Figura 18 – Cenas do programa <i>Victor</i> veiculado pela <i>La Cinqüième</i>	202
Figura 19 – Silvia Buarque de Holanda apresentando o programa <i>Via TV</i>	205
Figura 20 – Glossário e sugestões de leitura no programa <i>Via TV</i>	206
Figura 21 – Cenas do programa <i>Cogito</i> da <i>La Cinqüième</i>	208
Figura 22 – Cenas do programa <i>Galilée</i> da <i>La Cinqüième</i>	209
Figura 23 – Cenas de <i>L'œufs de Colomb</i> veiculado pela <i>La Cinqüième</i>	210
Figura 24 – Episódio de <i>Net Plus Ultra</i>	211
Figura 25 – <i>Le journal de la santé</i>	215
Figura 26 – Episódio de <i>Qui vive</i>	216
Figura 27 – Cenas do programa <i>Nota 10</i>	218
Figura 28 – Cenas do programa <i>Arrêt sur images</i> da <i>La Cinqüième</i>	219
Figura 29 – Episódio de <i>L'esprit du sport</i>	220
Figura 30 – Cenas do programa <i>La planète ronde</i>	221
Figura 31 – Episódio de <i>Droit d'auteurs</i>	221
Figura 32 – Episódio da primeira temporada de <i>Le sens de l'histoire</i>	223

Figura 33 – Cenas de episódio da quinta temporada de <i>Le sens de l'histoire</i>	224
Figura 34 – Cenas do programa <i>Cine Profissões</i> do Canal Futura.....	225
Figura 35 – Cenas do programa <i>Business humanum est</i>	227
Figura 36 – Cenas do programa <i>Brava Gente Brasileira</i> do Canal Futura.....	228
Figura 37 – Cenas do programa <i>Boa Notícia</i> do Canal Futura.....	230
Figura 38 – Propaganda do programa <i>Boa Notícia</i>	230
Figura 39 – Episódio de <i>Gaïa</i>	233
Figura 40 – Episódio de <i>Pi = 3,14</i>	233
Figura 41 – Episódio de <i>Mag 5</i>	234
Figura 42 – Cenas <i>Des religions et des hommes</i>	236
Figura 43 – Cena do programa <i>C'est pas normal!</i> da <i>La Cinquième</i>	236
Figura 44 – Cenas do programa <i>Profissão Empresário</i> do Canal Futura.....	238
Figura 45 – Cenas do programa <i>Mãos à Obra</i>	240
Figura 46 – <i>Silence, ça pousse</i>	242
Figura 47 – Episódio de <i>Fête des bébés</i>	243
Figura 48 – Cenas do programa <i>De frente Pra Vida</i> do Canal Futura.....	243
Figura 49 – Trechos do programa <i>L'œil et la main</i>	244
Figura 50 – Cenas do programa <i>Livros Animados</i> do Canal Futura.....	247
Figura 51 – Episódio de <i>Ça Bouge</i>	251
Figura 52 – Cenas de <i>Les lumières du music-hall</i>	251
Figura 53 – Episódio de <i>Journal de la création</i>	252
Figura 54 – Cenas do Dia Temático <i>Toque Brasil</i>	261

LISTA DE TABELAS

Quadro 1 – As 12 candidaturas para exploração do serviço de televisão (1992).....	95
Quadro 2 – Publicação dos anúncios dos parceiros na campanha <i>Valor</i>	156
Quadro 3 – Membros do Conselho Consultivo do Canal Futura.....	166
Quadro 4 – Grade de programação inicial da <i>La Cinqüième</i> e do Canal Futura.....	168
Quadro 5 – Episódios do programa <i>Cogito</i> lançados em VHS.....	210
Quadro 6 – Dias Temáticos do Canal Futura (1997-2000).....	256

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

A2 – Antenne 2

ABEPEC - Associação Brasileira das Emissoras Públicas Educativas e Culturais

ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV

ABL – Academia Brasileira de Letras

ACERP - Associação de Comunicação Educativa Roquete-Pinto

AITED – Association Internationale des Télévisions d'Éducation et de Découverte

ARTE - Association Relative à la Télévision Européenne

BBC – British Broadcasting Corporation

CBT – Código Brasileiro de Telecomunicações

CNCL – Commission Nationale de la Communication et des Libertés

CNDP – Centre National de Documentation Pédagogique

CNI – Confederação Nacional da Indústria

CNT – Central Nacional de Televisão

CNT – Confederação Nacional dos Transportes

CPB – Corporation for Public Broadcasting

CSA – Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

EMBRATEL – Empresa Brasileira de Telecomunicações

FIESP – Federação das Indústrias de São Paulo

FIRJAN – Federação das Indústrias do Rio de Janeiro

FPA – Fundação Padre Anchieta

FR3 – France Régions 3

FRM – Fundação Roberto Marinho

MITE – Mission d'information sur la télévision

ONU – Organização das Nações Unidas

ORTF – Office de Radiodiffusion-Télévision Française

PBS – Public Broadcasting Service

RDF – Radiodiffusion Française

RTF – Radiodiffusion-Télévision Française

SBT – Sistema Brasileiro de Televisão

SEPT – Société d'Édition de Programmes de Télévision

TEIb – Televisión Educativa y Cultural Iberoamericana

TF1 – Télévision Française 1

TVO – TVOntário

TVU – TV Universitária de Pernambuco

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação e Cultura

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1 CAMPO TELEVISIVO E EXPERIÊNCIAS EM TV EDUCATIVA	
1.1 Antecedentes constitutivos.....	42
1.2 A TV na França e no Brasil na década de 1990.....	63
1.3 Na gênese dos projetos: o <i>Eurêka</i> e o <i>Vídeo-Escola</i>	94
2 DOIS PROJETOS DE “CANAL DO CONHECIMENTO”	
2.1 Em busca de uma identidade visual.....	104
2.2 O conhecimento como porta de saída da crise.....	124
2.3 Educação popular <i>versus</i> elitismo cultural.....	133
2.4 O audiovisual como oportunidade de negócios.....	139
3 AS TRAJETÓRIAS DAS EMISSORAS DO CONHECIMENTO	
3.1 Inauguração e primeiros passos.....	160
3.2 Embates cotidianos do campo televisivo.....	179
3.3 Limites de uma aposta educativa.....	191
4 O AUDIOVISUAL EDUCATIVO FRANCÊS E BRASILEIRO	
4.1 Educação e conhecimento.....	200
4.2 Informação e conhecimento.....	214
4.3 Entretenimento e conhecimento.....	244
4.4 Programação especial: interprogramas e dias temáticos.....	253
CONSIDERAÇÕES FINAIS	265
FONTES	269
REFERÊNCIAS	273

INTRODUÇÃO

Esta tese de doutoramento pauta-se pelo objetivo central de conhecer e analisar, de maneira histórico-comparativa, o papel de emissoras educativas nos campos televisivos francês e brasileiro durante a década de 1990 e o início dos anos 2000, tendo como eixo-central as relações sociais que tornaram possível a criação da *La Cinquième* e do Canal Futura.

A *La Cinquième*, primeira emissora pública educativa francesa, inaugurada em 1994, desempenhou um destacado papel na reconquista dos espaços perdidos pelas emissoras públicas após a quebra do monopólio estatal e o consequente processo de reorganização do campo televisivo, ocorrido ao longo da década anterior. Pensada por setores do governo como uma ferramenta de combate à crise social que atingiu a França na última década do século XX, a *La Cinquième* trouxe consigo a possibilidade de um equilíbrio maior entre as emissoras públicas e privadas na paisagem audiovisual francesa.

O Canal Futura, de cunho educativo e natureza privada, surgiu em 1997 e possibilitou um reforço à imagem das empresas comunicacionais de Roberto Marinho, sobremaneira a da Rede Globo de Televisão, como comprometidas com o avanço educacional e a difusão do conhecimento no Brasil. O Canal Futura organizou-se como veículo de prestação de serviço social e comprometeu-se com a produção e a difusão de conteúdos educativos, elaborados com base em considerável qualidade técnica que serviria como prova à eficiência da iniciativa privada na condução de emissora educativa face ao cenário de problemas recorrentes enfrentados pelas emissoras públicas de igual missão.

Esta tese buscou confrontar a hipótese de que a *La Cinquième* e o Canal Futura, ainda que de naturezas distintas (pública e privada), e com atuação em campos televisivos em países diferentes, enfrentaram, ao longo de suas trajetórias, os mais variados desafios, valendo-se muitas vezes de práticas semelhantes, bem como inseridas no mesmo debate internacional acerca das potencialidades da televisão em colaborar para a superação das desigualdades socioeconômicas do século XX e no adentrar do século XXI. As duas emissoras buscaram colaborar para que a educação deixasse de ser algo exclusivo aos frequentadores dos bancos escolares, apostando na concepção de educação continuada. Logo, pautadas por

programação que transcendesse a missão meramente instrucional anteriormente pensada e investida na produção televisiva educacional.

O percurso da televisão na historiografia francesa e brasileira possui rotas distintas, mas que se entrecruzam em determinados momentos da trajetória. Na França, o olhar da historiografia para a televisão como objeto e fonte de pesquisa surgiu ainda no final da década de 1970 pelas mãos de Jean-Noël Jeanneney, professor da *Fondation Nationale des Sciences Politiques*, que criou uma disciplina dedicada ao tema.

Em 1980, nascia o *Comité de l'Histoire de la Télévision* (CHTV), uma iniciativa de pioneiros e profissionais da televisão, tais como Jean d'Arcy, Wladimir Porché, Pierre Sabbagh, François Chatel e Henri de France, em conjunto com historiadores como René Rémond, Alain Decaux e Jean-Noël Jeanneney. O CHTV tinha por objetivo preservar a memória da televisão nacional. Na primeira assembleia geral da organização, Jeanneney anunciou os cinco eixos de interesse: 1) o progresso técnico; 2) o estudo do meio profissional; 3) o processo decisório; 4) O conteúdo dos programas; 5) a influência da televisão. A partir desses eixos, o CHTV foi responsável pela realização de eventos, a organização de fontes a realização de entrevistas.¹

A partir desses elementos podemos afirmar que Jean-Noël Jeanneney e René Rémond foram responsáveis por inserir a discussão sobre as mídias, de forma geral, e da televisão, de maneira específica, no raio de ação dos historiadores, em um movimento que ficou conhecido como “nova história política”, com parte de seus questionamentos e resultados publicados, em 1988, no livro *Pour une histoire politique*, organizado por Rémond.

A partir do início dos anos 1990, ampliou-se o número de pesquisadores envolvidos com a temática. E foi justamente nesse momento que surgiram os primeiros trabalhos de Jérôme Bourdon. Discípulo de Jeanneney, Jérôme Bourdon buscou aprofundar as reflexões sobre a dimensão política da televisão, escrevendo obras que mapearam momentos decisivos da TV francesa. O autor mostrou-se sempre preocupado com as implicações teórico-metodológicas para a pesquisa histórica com a TV. Em seu trabalho inicial, pesquisou a televisão sob o governo do

¹ JEANNENEY, Jean-Noël. « Inventaire d'un chantier » ; MARTIN, Éven. « Cent kilomètres de portées ». *Les 30 ans du comité d'histoire*. Cahiers du CHTV, Automne 2010. p. 19-21. Disponível em: <http://www.europartenaires.net/wp-content/uploads/2015/05/Cahier.pdf> Acesso: 17 de novembro de 2016.

general Charles de Gaulle e, em um de seus últimos trabalhos, faz uma pesquisa comparativa sobre a televisão europeia (BOURDON, 1990; 1993; 1994; 2008; 2011).

Apesar da multiplicidade de trabalhos desenvolvidos, havia uma grande dificuldade para o acesso às fontes, conseguidas muitas vezes a partir de convênios temporários com o *Institut National de l'Audiovisuel* (INA). Foi somente com a aprovação da Lei de *Dépôt Légal*, em 1992, que obrigava as empresas de audiovisual a preservarem e remeterem ao INA as suas produções e, sobretudo, com a abertura da *Inathèque*, em 1995, que o acesso às fontes se ampliou e se consolidou (COHEN, 2016, p.107-108).²

A publicação do dicionário *L'échos du siècle*, organizado por Jean-Noël Jeanneney, constituiu outro marco importante na historiografia francesa sobre a televisão. Publicada no final dos anos 1990, a obra reuniu cerca de trinta pesquisadores, todos da área de história, que conseguiram mapear o desenvolvimento do rádio e da televisão na França ao longo do século XX. O trabalho pode ser considerado como a grande síntese das pesquisas incentivadas, coordenadas e desenvolvidas por Jean-Noël Jeanneney e seu grupo, pois não somente contemplou os eixos destacados pelo autor na assembleia inaugural do CHTV no início dos anos 1980, como trouxe novas questões para o debate.³ Encerrava-se, assim, um ciclo que podemos denominar como a primeira fase da historiografia sobre a televisão na França.

No campo da história política da televisão devemos citar, ainda, os trabalhos de Isabelle Veyrat-Masson que, assim como Bourdon, teve sua tese orientada por Jeanneney. E, juntamente com Monique Sauvage, escreveu, mais recentemente, o livro *Histoire de la télévision française*, no qual as autoras traçam um panorama geral sobre o meio desde 1935 a 2012, com vistas a buscar a “especificidade e a vitalidade da televisão” (SAUVAGE e VEYRAT-MASSON, 2012, p.11).

² COHEN, Évelyne. “Entrevista com Évelyne Cohen” [jan./jun. 2016] Assis-SP: *Faces da História* (ISSN 2358-3878). Vol. 3, nº1, 2016, pp.106-111. Entrevista concedida a Eduardo Amando de Barros Filho e Wellington Amarante Oliveira. Trad. Camila Soares López. Disponível em: <http://seer.assis.unesp.br/index.php/faces/article/view/350/245>

³ O dicionário organiza-se a partir de 16 grandes capítulos que se subdividem em verbetes, nos quais os pesquisadores participantes se revezam na escrita. Os capítulos estão organizados na seguinte sequência: I. Etapas; II. Balizas; III. Emissoras de rádio; IV. Emissoras de televisão; V. Tecnologias; VI. Funcionamento; VII. As profissões; VIII. Figuras emblemáticas; IX. Novas formas de vida cívica; X. Os grandes atores na arena; XI. Questões culturais; XII. Questões sociais; XIII. Reflexos; XIV. Públicos; XV. Fora da França; XVI. Vestígios.

Paralelamente, outras áreas da história começaram também a se interessar pela televisão. E a abertura dos arquivos, como mencionada acima, colaborou para que o meio pudesse ser pensado para além de suas questões políticas internas. Temos, assim, em meados dos anos 1990, o início de uma nova produção ligada à área da nova história cultural que buscou, a partir das fontes televisivas, refletir sobre os aspectos ligados ao imaginário, a cultura política e outros elementos de destaque da contemporaneidade. Dentre os pesquisadores dessa segunda fase, destacam-se Évelyne Cohen, Marie-Françoise Lévy e Miryan Tsikounas, entre outros.

Uma característica da historiografia francesa sobre a televisão é a sua abertura para as outras áreas, reconhecendo uma produção importante no campo da comunicação, que pode ser representada pelos trabalhos de François Jost, a exemplo do livro *Compreender a televisão*.

Três décadas e meia se passaram após as primeiras pesquisas históricas sobre a TV na França e, apesar do campo historiográfico brasileiro ser sempre muito receptivo às tendências francesas, essa parece não ter conquistado muitos adeptos. De um modo geral, os historiadores brasileiros têm relegado à televisão um papel secundário, criticando-a a partir de visões impressionistas, pouco alicerçadas em pesquisas. Os estudos que se atêm à televisão como fonte e objeto o são ainda em quantidade aquém daquilo que poderia ser produzido, considerando a importância do meio na sociedade contemporânea, sobremaneira na brasileira.

Um dos exemplos mais sintomáticos da carência da historiografia brasileira para tratar do assunto televisão foi a coleção *A história da vida privada no Brasil*, dirigida por Fernando Novais; em seu quarto volume, organizado por Lilia Moritz Schwarcz, há um capítulo referente à televisão, mas que não foi produzido por historiadores, mas pela antropóloga, especialista no tema, Ester Hamburger. Nicolau Sevcenko, que integrou a equipe de organização da coleção, reconheceu, em entrevista posterior, a importância da televisão no mundo contemporâneo: “como falar do século XX, caso do último volume, sem falar da televisão?”. E justificou a escolha editorial: “não se tem ainda uma historiografia da televisão, é preciso contar com alguém que trabalhe com referenciais sociológicos” (SEVCENKO apud MORAES, 2002, p.360).

Na área de Comunicação, o quadro pouco se altera. Ao fazer um panorama das pesquisas sobre História da Comunicação, Ribeiro e Herschmann assinalam

que “a comunicação no Brasil sofre do que poderíamos chamar de *presentismo*”. Segundo os autores, “a análise histórica da Comunicação, ou dos meios de comunicação, ainda é relegada a um segundo plano. Comparativamente a outras abordagens desenvolvidas na área, há poucos trabalhos acadêmicos relevantes sobre História” (RIBEIRO & HERSCHMANN, 2008, p.14).

A partir desse quadro, podemos destacar autores como Sérgio Mattos, Inimá Simões, Laurindo Leal Filho e Eugênio Bucci, todos ligados à área da Comunicação, que se tornaram as primeiras referências para o estudo da TV. Sérgio Mattos (1990; 2010), privilegiando um ponto de vista econômico e político do desenvolvimento do meio no Brasil, identificou uma coerência entre as alterações político-econômicas do país a partir de 1950 e o desenvolvimento da televisão. O jornalista e psicólogo Inimá Simões (2004) buscou analisar o processo de gênese e consolidação da TV brasileira, ressaltando aspectos ligados à programação e à difusão de conteúdos televisivos. Laurindo Lalo Leal Filho (1988; 1997) pesquisou, inicialmente, a TV Cultura e, a partir daí, especializou-se em discutir a distinção entre os modelos televisivos público e comercial; para o autor, o sistema britânico estaria entre aqueles que melhor conseguiriam realizar os objetivos da comunicação social em um país democrático. O livro *TV aos 50*, do jornalista Eugênio Bucci (2000), é composto por uma gama de textos de renomados autores que discutem temas como: TV pública; a recepção da TV; as interações entre o meio, a política e o capital; a legislação voltada para a TV; as possibilidades e necessidades do ensino sobre a TV na escola.

Durante a efeméride de 60 anos da televisão no Brasil, ocorreu a publicação da *História da televisão brasileira*, livro organizado por Ana Paula Goulart Ribeiro, Igor Sacramento e Marco Roxo. A obra reúne textos de diversos autores, que refletem, década a década, sobre a trajetória do meio. Em alguns capítulos desse livro, há o nítido esforço de se historicizar a TV; em outros, porém, fica patente a falta da pesquisa empírica.

Podemos citar, ainda, Mônica de Almeida Kornis (2002; 2008) e João Freire Filho que trabalham na interface com a História e a Comunicação. A pesquisadora do CPDOC-FGV se dedica à temática da televisão desde seu trabalho de doutorado, que concerne às minisséries da Rede Globo. Publicou, também, o livro *Cinema, Televisão e História*, no qual realizou uma discussão introdutória sobre os elementos que cercam o processo que a autora denominou como “escrita da história pelo

cinema e pela televisão”. Os seus demais trabalhos visam a compreender a constituição de uma memória histórica oriunda das produções televisivas, sobretudo das narrativas melodramáticas. Já Freire Filho (2008) traz uma boa contribuição, notadamente, em seus trabalhos ocupados com reflexões de ordem teórico-metodológicas sobre a TV, com destaque para o texto “Por uma nova agenda de investigação da História da TV no Brasil”, no qual o autor faz um balanço da historiografia nacional e internacional sobre o tema e sistematiza alguns eixos de pesquisa. Vale ressaltar o fato de ambos os autores, na primeira década de século XXI, vislumbrarem a televisão como um objeto relevante para a pesquisa e, ainda que não tenham como fim a constituição de uma história social da televisão no Brasil, colaboram, com os resultados de seus estudos, para a multiplicação das reflexões sobre o meio.

Mas, como dissemos de início, apesar dos caminhos distintos, a produção historiográfica sobre a televisão na França e no Brasil se cruza em alguns pontos. E o primeiro ponto de cruzamento das duas historiografias ocorreu com a publicação, em 1996, da edição brasileira do livro organizado por René Rémond, *Por uma história política*. O capítulo “A mídia” foi o cartão de visitas de Jean-Noël Jeanneney para o público nacional e possibilitou que seus escritos fossem utilizados como a base para os primeiros estudos históricos sobre a televisão no Brasil.

Mas antes mesmo da televisão ser tomada como objeto e fonte de pesquisa na França, um historiador brasileiro já alertava a comunidade acadêmica para a importância de seus registros. Durante o VIII Simpósio Nacional da Anpuh, em 1975, realizado em Aracaju, o professor da USP José Sebastião Witter, apresentou comunicação intitulada *O “tape” de televisão como fonte documental*, na qual discutiu as experiências educativas, com programa programas de história, que vinham sendo desenvolvidas pela TV Cultura em parceria com professores da Universidade de São Paulo (WITTER, 1975, p.1027-1029).

Após um hiato de mais de duas décadas da preocupação inicial do professor Witter, novos trabalhos históricos sobre a televisão foram colocados no papel. Destaque para as reflexões de Marcos Napolitano (1997; 1999; 2008; 2010). No itinerário dos seus estudos, o autor aprofundou suas reflexões de como trabalhar com a TV em ambientes de ensino-aprendizagem, apresentou os meios audiovisuais como objetos possíveis para a pesquisa historiográfica e por fim, pensou as relações dos programas musicais com o próprio movimento da MPB durante o regime militar

Há uma produção acadêmica recente na área de História que visa à construção de uma história social da televisão brasileira. Esta produção está alicerçada no esforço de Áureo Busetto em contribuir para a inclusão da TV no rol de objetos e fontes da historiografia brasileira. O início de suas pesquisas sobre o meio foi marcado com trabalhos voltados para pensar a TV na sala de aula (BUSETTO, 2005; 2006; 2007a); escreveu, ainda, sobre uma feira de divulgação da TV realizada durante o Estado Novo (BUSETTO, 2007b); rapidamente, sua reflexão se verticalizou sobre as implicações teórico-metodológicas do uso da TV como fonte e objeto de pesquisa histórica, em seu último trabalho indicando uma perspectiva comparada (BUSETTO, 2008, 2010, 2011, 2014); e conseqüentemente, pensar um produto específico da televisão brasileira em sua historicidade, a TV Excelsior (BUSETTO, 2009). Cabe ressaltar que, na maioria desses estudos, destaca-se a preocupação do autor com a reflexão sobre as relações sociais entre a TV e o domínio do político. Esta inquietação produtiva de Busetto resultou em um amplo espaço de reflexão acadêmica, do qual já nasceram seis novas pesquisas (BERNO, 2010; LIMA, 2010; BARROS FILHO, 2011; OLIVEIRA, 2011; COSTA, 2012; GARCIA, 2016) que buscaram, na interface com a temática política, pensar a religião, a cultura, a educação, no campo televisivo e até mesmo um gênero como a telenovela e, dessa forma, vêm contribuindo para a construção de uma história social da televisão brasileira.⁴

Em suma, nota-se que, tanto na França como no Brasil, a historiografia passou a observar a televisão como um elemento importante para a compreensão do processo histórico contemporâneo. Porém, o que causou um descompasso entre as pesquisas parece ter sido justamente as diferenças de acesso às fontes. Enquanto na França a promulgação da Lei do *Dépôt Légal* possibilitou o acesso às fontes audiovisuais, no Brasil, a inexistência de lei similar, associada ao modelo comercial, torna o acesso a esses arquivos, quando existentes, muito mais delicado, quando não inviável.

⁴ Vale destacar também outras três teses de doutoramento que colaboraram na inserção e consolidação da televisão como objeto e fonte para a historiografia brasileira. Duas vinculadas à Universidade Federal Fluminense: *Cultura, política e televisão: entre a massa e o popular* (1964-1979), de Sônia Wanderley (defendida em 2005); e *A Rede Globo e o seu Repórter: imagens políticas de Teodorico a Cardoso*, de Cássia Louro Palha (defendida em 2008). E ligada à Universidade de São Paulo: *Ciência e tecnologia em debate: uma análise das entrevistas do programa Roda Viva, da TV Cultura (1986-2006)*, de Livia Maria Botin (defendida em 2016).

Por outro lado, nota-se que mesmo a produção bibliográfica francesa sobre a televisão carece de dificuldades para chegar ao Brasil. À exceção dos textos de Jeanneney, os outros autores ocupados com a escrita da história da televisão francesa não têm suas obras traduzidas para o português. Tal situação coloca uma questão sobre essa produção. Seria ela demasiadamente nacional, ao tratar exclusivamente de sua televisão que a tornaria desinteressante para outros públicos? Ou o próprio mercado brasileiro não teria capacidade de absorção dessas obras e, por isso, o desconhecimento desses autores?

Esse desconhecimento muitas vezes nos leva a afirmações generalizantes de que a história pouco produziu sobre a televisão. Tal afirmação, ainda que sirva para a historiografia brasileira, não diz respeito à realidade atual da historiografia francesa, que já inseriu plenamente a televisão entre suas fontes e objetos de pesquisa. Um exemplo desse *status* pode ser atestado no *Dictionnaire de l'historien*, organizado por Claude Gavard e Jean-François Sirinelli, publicado em 2015, e que possui um verbete para a televisão.

Se, de um modo geral, a produção historiográfica francesa sobre a televisão apresenta uma maior pujança em relação à sua congênere brasileira, quando observamos a produção sobre as duas emissoras que são objetos desta pesquisa, essa diferença fica um pouco menor. E se levarmos em consideração os trabalhos de outros campos de conhecimento para além da história, há quase uma inversão, já que o Canal Futura tem sido objeto de inúmeras pesquisas acadêmicas em todo o Brasil.

As informações sobre a *La Cinquième* aparecem, de forma geral, nos trabalhos dedicados à história da televisão, associadas às transformações ocorridas no campo televisivo na década de 1990 (VEYRAT-MASSON, 2001; SAUVAGE & VEYRAT-MASSON, 2012; HOOG, 2010; BOURDON, 2011). Assim, os autores sempre dedicam algumas linhas à emissora. E uma das primeiras sistematizações históricas sobre a *La Cinquième* ocorreu na publicação do dicionário *L'échos du siècle*, que traz um verbete de autoria de Isabelle Veyrat-Masson.

Há, ainda, o livro institucional *En savoir plus sur la Cinquième*, escrito por Guy Zilberstein, publicado logo após o lançamento da emissora, o trabalho apresenta os princípios norteadores do canal. Há também pesquisas pontuais em outras áreas – como por exemplo, uma pesquisa sobre a programação infantil da *La Cinquième*.

Como dissemos, o *Canal Futura* tornou-se, nos últimos anos, tema para algumas dezenas de pesquisas acadêmicas. Em levantamento disponibilizado em seu site, a emissora identificou até o ano de 2013, 46 pesquisas o que demonstra que a sua experiência tem atraído a atenção de pesquisadores de diversas áreas. Entre os títulos, podemos citar o livro *A complexidade da teleducação no Canal Futura*, de Joadir Antônio Foresti (2001), no qual o autor busca analisar dois programas específicos: o *game-show Tá Ligado* (1999) e o jornalístico *Sala de Notícias* (1997). E a dissertação de mestrado na área de Comunicação de Ana Paula Brandão (2000) “Os discursos do conhecimento: a experiência do Canal Futura”. Há ainda que se dizer que muitas pesquisas consideradas nesse levantamento estudaram programas anteriores à criação do *Canal Futura*, mas produzidos pela FRM. Este é o caso do único trabalho da área de História que esteve ocupado com os programas *Telecurso* entre os anos de 1978-1998 (MOREIRA, 2008).⁵

O Canal Futura também é tratado rapidamente, mas de forma precisa pela professora Cosette Castro, em texto intitulado “Globo e educação: um casamento que deu certo”. A autora lança as linhas gerais de atuação das Organizações Globo no âmbito da educação. Reconhece que “fora as emissoras educativas e universitárias, a Rede Globo é uma das raras empresas comerciais que apresentam programas educativos, como os telecurso em horários classificados como pouco lucrativos”. Mas sem deixar de indicar que o campo da educação foi importante para o grupo empresarial na “prospecção e lançamento futuro de novos produtos e serviços rentáveis nas Organizações Globo”, entre os quais inclui a Globo Vídeo e o Canal Futura, ambos derivados do “laboratório de montagem” que foi a “experiência do Telecurso” no final dos anos 1970 (CASTRO, 2005, p.243-256).

A par dessa bibliografia, há, também, três publicações institucionais. A primeira é o livro *Comunicação e Transformação Social: a trajetória do Canal Futura*, organizado por Débora Garcia e Ana Paula Brandão, funcionárias da emissora, e que apresenta um balanço dos dez anos de atividade do canal. Ao todo são 17

⁵ Das 46 pesquisas levantadas pelo Canal Futura, apenas quatro são teses de doutoramento, os outros 42 trabalhos são dissertações. As pesquisas estão divididas pelos seguintes campos de conhecimento: 17 em Educação, 14 em Comunicação, três em Ciências, dois em Design e um trabalho nas áreas de Desenvolvimento Sustentável, Mídias, Psicologia, Sociologia, História, Geografia e Memória Social. A leitura desses estudos revelou uma ampla diversidade nas temáticas e nos objetos. A maioria dos recortes centra-se em um único programa, muitos deles fora do escopo deste trabalho.

capítulos, escritos por diversos autores, contemplando as discussões sobre a experiência do *Futura*, sua programação, a mobilização comunitária e os resultados alcançados pelo projeto. Apesar do número expressivo de artigos, o livro não revela os aspectos históricos da constituição do canal. Na seção dedicada à programação, os autores não estabelecem relação entre os programas analisados e o restante da grade. Outros capítulos pecam por não trazer quase nenhuma informação sobre o programa que se dispõem a analisar.

A segunda publicação é o livro *Fundação Roberto Marinho 30 anos*, organizado por Silvia Finguerut e Hugo Sukman (2008); apesar de obra dedicada à FRM, possui quase 80 páginas sobre o Futura, com destaque para a apresentação de breve sinopse de todos os programas veiculados pela emissora. Porém, o espaço dedicado à história do canal versa mais sobre os sentimentos que cercaram as primeiras ações do que sobre dados históricos do período de criação.

O terceiro e último livro, celebra os 15 anos do Canal Futura, com título homônimo ao primeiro, também é fruto da reunião de vários autores que analisam a experiência da emissora. Em seu prefácio, Eugênio Bucci afirma que “o estilo plural do Futura faz dele uma singularidade na paisagem da televisão brasileira”. Ainda segundo o autor: “No Futura, a sociedade concebe e opera políticas públicas e, ainda que em franjas pequenas, civiliza o Estado. A dimensão pública da televisão alcançou, dentro desse canal, um significado que não conhecíamos até aqui (GARCIA; LIBONATI; EITLER, 2012, p.27-p.30). As afirmações de Eugênio Bucci legitimam o discurso da emissora sobre sua particularidade no campo televisivo e mais especificamente no cumprimento do papel até então exercido pelas emissoras públicas.

A partir deste esboço bibliográfico, pode-se afirmar que, ainda que existam pesquisas acadêmicas que tomaram o Canal Futura como objeto, nenhuma delas buscou compreender a trajetória inicial da emissora, nem individualmente, tampouco de forma comparativa. Portanto, ao analisar historicamente as experiências da *La Cinqüème* e do Canal Futura, há uma gama de aspectos próprios de cada uma das emissoras e de suas relações com a sociedade que ainda não foram explorados e pensados a partir de uma análise que considere as práticas do campo televisivo e que contribua para a compreensão dos debates sobre o espaço dos conteúdos educativos na televisão e sobre a dimensão histórica da televisão e da comunicação social contemporânea.

Uma das tarefas primordiais da História, enquanto disciplina acadêmica, é a de buscar a compreensão e tornar inteligíveis as relações sociais estabelecidas, tanto de forma direta quanto indireta, entre os mais diversos agentes históricos no decorrer de um determinado tempo e circunscritas a um espaço específico. Para executar tal empreitada, historiadoras e historiadores dispõem de um amplo leque das mais variadas ferramentas teórico-metodológicas. Cada uma delas colabora para iluminar um ponto particular do passado estudado. Com base nesta premissa, buscaremos apresentar os principais elementos relativos aos aspectos teórico-metodológicos desta tese. Inicialmente, apresentaremos as principais referências para travar uma análise histórico-comparativa dos objetos. Na sequência, discutiremos de que modo buscamos utilizar alguns elementos da sociologia da prática de Pierre Bourdieu para compreender a dinâmica das emissoras educativas na televisão francesa e brasileira. E, por fim, problematizamos algumas noções ligadas à forma de utilização e análise das fontes audiovisuais.

Consagrada em diversas pesquisas históricas, a História Comparada permite a sobreposição de duas ou mais realidades, visando a uma compreensão mútua. As diversas críticas à História Comparada, ao longo das últimas décadas, incentivaram a renovação e o refinamento do pensamento e da escrita comparatista. Buscaremos compartilhar algumas reflexões que visam a ampliar a discussão sobre o comparatismo histórico articulado a uma história social dos meios de comunicação no mundo contemporâneo, considerando, para tanto, as especificidades da televisão como fonte e objeto de pesquisa para a história.

Segundo José D'Assunção Barros, a História Comparada consiste em uma forma específica de se interrogar a história partindo de um “duplo ou múltiplo campo de observação” e, a partir das análises, extrair respostas originais (BARROS, 2007, p.2). Como dissemos, o método comparativo não é novo no âmbito da disciplina de História. Em seus escritos, Marc Bloch, no começo do século XX, já havia atentado para a particularidade da abordagem. Para Bloch, cabe ao historiador “escolher, em um ou vários meios sociais diferentes, dois ou vários fenômenos que parecem, à primeira vista, apresentar certas analogias entre si, descrever as curvas da sua evolução, encontrar as semelhanças e as diferenças e, na medida do possível, explicar umas e outras”. Nestes termos, para Bloch, existem duas condições necessárias para que haja a comparação: “uma certa semelhança entre os fatos observados – o que é evidente – e uma certa dissemelhança entre os meios onde

tiveram lugar" (BLOCH, 1998, p.120-121). Na mesma linha, José D'Assunção Barros define a História Comparada como a "possibilidade de se examinar sistematicamente como um mesmo problema atravessa duas ou mais realidades histórico-sociais distintas, duas estruturas situadas no espaço e no tempo, dois repertórios de representações, duas práticas sociais" (BARROS, 2007, p. 24).

Jürgen Kocka assinala que "a história comparada dependerá cada vez mais da chamada 'literatura secundária', tendo o historiador que lidar com "um arrefecimento da pretensão de controlar em profundidade todas as fontes e informações diretas". Ou seja, "o historiador precisará cada vez mais confiar nos trabalhos já desenvolvidos pelos demais historiadores" (KOCKA *apud* BARROS, 2014 p.160).

Ao problematizar os usos da História Comparada na América Latina, Maria Lígia Coelho Prado indica alguns caminhos possíveis para superar as críticas ao método comparativo e as potencialidades do historiador utilizá-lo em suas pesquisas. A autora faz um balanço minucioso dos principais autores que abordaram a questão e pontua as críticas, mas ressalta também as potencialidades. A autora acredita que as conexões entre os tipos de história comparada são muito mais próximas do que excludentes. E defende: "O historiador não está à procura de generalizações e não constrói suas análises a partir de modelos elaborados a priori". Dessa forma, ainda segundo a autora: "A história comparada deve, portanto, fugir das justaposições e das classificações. Na minha perspectiva, também não deve estar comprometida com a busca de generalizações" (PRADO, 2005, p.22-23).

Pensar os meios de comunicação social de modo comparativo contribui para o conhecimento mais detalhado de determinados mecanismos de difícil percepção a partir de um único ponto de vista. Como vimos, existem inúmeras formas de se pensar histórico-comparativamente as mídias. O pesquisador pode optar por uma perspectiva de longa duração e investigar determinado problema em meios de comunicação e tempos distintos, por exemplo, analisar os debates e ações sobre o uso educativo do rádio, da televisão e da internet. Em um segundo caso, pode atravessar diversas mídias, mas dentro de uma mesma temporalidade ou, ainda, concentrar os esforços em um único meio de comunicação em um espaço de tempo determinado, mas comparando as experiências em espaços territoriais diferentes.

O historiador francês Jérôme Bourdon avalia positivamente as possibilidades e potencialidades de uma história transnacional da mídia, considerando, sobretudo,

que a grande maioria dos trabalhos históricos sobre os meios de comunicação (imprensa, televisão e cinema) ainda estão circunscritos sob um recorte nacional (BOURDON, 2008, p.164). Em seu livro *Du service public à la télé-réalité: une histoire culturelle des télévisions européennes 1950-2010*, o autor atravessa sessenta anos de história da televisão europeia a partir de uma problemática precisa, construindo um quadro comparativo. Para o autor, essa história comparada e integrada possibilita ao pesquisador a reflexão sobre os quadros nacionais e sobre as inúmeras razões de suas convergências: escolhas políticas e regulamentares, fatores ligados especificamente à televisão e dinâmicas culturais transnacionais (BOURDON, 2011, p.20). Bourdon também participou do projeto coordenado pelos professores Jonathan Bignell e Andrea Fickers que buscou construir, a partir de estudos nacionais, uma história comparada de televisão europeia (BIGNELL & FICKERS, 2008).

No caso específico desta tese, a perspectiva comparatista é elemento central e atravessa toda a estrutura do trabalho. Partimos de um “duplo campo de observação” (Brasil e França) no qual a “semelhança” dos objetos encontra-se na experiência da constituição de emissoras de cunho educativo (*Futura* e *La Cinquième*) em um determinado período, marcado, notadamente, pela desregulamentação do setor; e a “dessemelhança” na natureza de cada uma delas (privada e pública). Este olhar é utilizado no intuito de pensar desde as características mais amplas e gerais na constituição dos modelos televisivos até as análises específicas sobre as duas emissoras, tanto no plano institucional e político, quando no da programação e do audiovisual.

Pautando-nos no objetivo de historicização das relações sociais dos agentes envolvidos com os campos televisivos francês e brasileiro, faz-se necessária a discussão dos seguintes conceitos-chave: campo e *habitus*. Tais conceitos devem ser tomados de forma conjunta, para que, de tal modo, a partir de sua compreensão geral, possamos pensar as especificidades e as características internas do *campo televisivo*.

Para Bourdieu, “a sociologia apresenta-se como uma *topologia social*” pela qual seria possível e necessário “representar o mundo social em forma de um espaço”. Este espaço seria “construído na base de princípios de diferenciação ou de distribuição constituídos pelo conjunto das propriedades” que atuam nesse universo social e seriam capazes de “conferir, ao detentor delas [das propriedades] força ou

poder neste universo”. Assim, “os agentes e grupos de agentes” seriam definidos “pelas suas *posições relativas* neste espaço”, que pode ser definido com um “campo de forças”, ou seja, “um conjunto de relações de força objetivas impostas a todos os que entrem nesse campo e irreduzíveis às intenções dos agentes individuais ou mesmo às *interações* diretas entre os agentes” (BOURDIEU, 2011, p.136). O campo seria, então, um espaço de posições estruturadas, onde as propriedades dependem da posição de cada um desses agentes.

Para Bourdieu, a importância “de uma teoria geral da economia dos campos” se dá pelo fato dela permitir “descrever e definir a *forma específica* de que se revestem, em cada campo, os mecanismos e conceitos mais gerais”, evitando reducionismos. Segundo Bourdieu, “compreender a gênese social de um campo, e apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta [...] é explicar, *tornar necessário* subtrair ao absurdo do arbitrário e do não-motivado os atos dos produtores e as obras por eles produzidas” (BOURDIEU, 2011, p. 68).

Nesses termos, o conceito de campo televisivo nos permite observar quais foram os agentes envolvidos direta e indiretamente com os processos na França e no Brasil e levantar hipóteses acerca das motivações que cada um desses agentes detinha para se engajar em seus projetos, além de possibilitar o entendimento relacional, seja pela situação de concorrência entre os agentes de um próprio campo, seja entre campos distintos.

Todavia, como dissemos anteriormente, é impossível pensar o campo sem considerar o *habitus*. Para Bourdieu, o *habitus* constitui-se de sistemas “de disposições duráveis e transponíveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes”. Em outras palavras, são “princípios geradores e organizadores de práticas e de representações que podem ser objetivamente adaptadas a seu objetivo sem supor a intenção consciente de fins”, ou seja, práticas “coletivamente orquestradas”, mas que não se configuram como a “ação organizadora de um maestro”. Como um “produto da história, o *habitus* produz práticas, individuais e coletivas, portanto da história”, garantindo “a presença ativa das experiências passadas que depositadas, em cada organismo sob a forma de esquemas de percepção, de pensamento e de ação” tendem “a garantir a conformidade das práticas e sua constância ao longo do tempo” (BOURDIEU, 2009, p.87-90).

Dessa forma, o *habitus* torna-se uma ferramenta analítica importante para nossa análise, pois possibilita compreender determinadas práticas executadas pelos agentes do *campo televisivo* e, de tal forma, explicar como certas ações ocorreram em detrimento de outras. A opção em questão permitirá, ainda, que a investigação centre o seu foco de análise no conjunto de relações que tornaram socialmente possível a existência da *La Cinquième* e do Canal Futura. Consideramos, para tanto, os agentes e suas práticas (*habitus*) e as instituições envolvidas nesse processo de forma relacional e comparativa (campo), bem como as particularidades do meio televisivo, sendo possível pensar, ainda, como determinados agentes investiram em projetos educativos e de que modo tais projetos apresentaram e defenderam concepções de sociedade.

Inicialmente, devemos ter claro que Pierre Bourdieu não utilizou a noção de campo relacionada à televisão, ainda que tenha escrito um livro intitulado *Sobre a Televisão*. Nesse livro, a preocupação central do autor é com um outro campo, o jornalístico. Para François Jost (2007, p.30), “o fato de Bourdieu haver se referido à televisão, quando de fato ele crítica apenas o funcionamento da informação, é sintoma de uma redução muito comum da mídia televisão a uma parte desses programas”. Desse modo, se quisermos pensar a televisão de forma integral como um fenômeno social, político, econômico, cultural, tecnológico e estético não podemos encaixotá-la exclusivamente no campo jornalístico.

Ao discutir as especificações e limitações do campo jornalístico, o próprio Bourdieu dá algumas pistas da hierarquização entre TV e jornalismo. Segundo o autor, “através da pressão do índice de audiência, o peso da economia se exerce sobre a televisão, e, através do peso da televisão sobre o jornalismo, ele se exerce sobre os outros jornais assegurando a proeminência da primeira”. E acenando para uma autonomia do campo televisivo, Bourdieu afirma que “pouco a pouco”, os jornalistas “deixam que problemas de televisão “se impusessem a eles (BOURDIEU, 1997, p.81).

A partir disso, devemos ter claro que o campo jornalístico é integrante do campo televisivo, mas o campo televisivo não se encerra nem se limita pelo campo jornalístico, o que produz a necessidade de pensar o campo televisivo com um campo autônomo em relação ao jornalismo; em outras palavras, tomá-lo como uma categoria histórica específica que colabore na tarefa de análise histórica da televisão.

Os conceitos tomados da sociologia da prática de Bourdieu foram importantes para esta tese por possibilitarem que não perdêssemos de vista a condição relacional de existência da *La Cinquième* e do Canal Futura, além de incentivarem a busca pelo mapeamento e o conhecimento dos mecanismos internos dos campos televisivos nos quais cada uma das emissoras estava inserida. A partir disso, categorizamos alguns agentes específicos, o que possibilitou a compreensão do *habitus* e o entendimento das práticas do campo televisivo ocupadas com a educação.

Primeiramente, é importante indicar que o campo televisivo se constitui de uma multiplicidade de agentes, que se articulam também em outros campos. É o caso da primeira categoria: os políticos. Dada uma das principais características dos serviços de radiodifusão ser a relação direta com o Estado, devido à outorga para difusão de conteúdo no espaço eletromagnético, seja no modelo comercial, seja no público, os políticos tornam-se agentes relevantes, pois são os responsáveis pelo ordenamento jurídico, pela fiscalização, pelas pressões e concessões. Respondem também a uma lógica ligada ao próprio campo político, a qual não se pode perder de vista e a qual outros agentes estão vinculados, como os partidos políticos. Carregam também uma dupla relação com a televisão, pois fazem o seu uso buscando visibilidade, mas, também, sabem criticá-la quando seus interesses são ameaçados ou diretamente atacados.

Ao lado dos políticos, temos a categoria de proprietários, que, além de donos da empresa televisiva, cumprem a função de concessionários, para operar serviços de TV. Os proprietários estão em articulação direta com o poder político e econômico e são responsáveis pela existência da emissora, sobretudo no que diz respeito à aquisição da concessão.

Entre os agentes que expressam o lado do poder econômico, temos os anunciantes. No modelo comercial, foram fundamentais para o financiamento dos serviços de televisão desde sua criação, passando, inclusive, a ocupar cada vez mais espaço nos modelos onde outrora havia monopólio público. Em sua composição estão as indústrias, as empresas financeiras, o comércio, as grandes marcas, os empresários, mas também os publicitários, responsáveis por transformar a televisão num meio eficaz de atingir seu público-alvo, o consumidor.

Hierarquicamente abaixo dos proprietários, mas com responsabilidades tão grandes quanto, estão os executivos. Homens e mulheres responsáveis pelo

desenvolvimento das linhas gerais e da filosofia de emissoras. Ocupam as posições de chefia, como a presidência, superintendências e gerências. Os executivos estão muito próximos dos proprietários, representando, muitas vezes, seus interesses e os interesses das emissoras, nas negociações de contratos com os anunciantes e com os políticos, além da relação com os outros agentes diretamente envolvidos com a produção televisiva, como os criadores, jornalistas e artistas.

Na categoria criadores, estão aglutinados profissionais que atuam no processo de criação, entre eles diretores, produtores e roteiristas. Ou seja, profissionais ocupados em transformar as linhas gerais da programação da emissora em produtos televisivos. Inseridos nessa dinâmica de produção, os criadores têm um contato particular com artistas e jornalistas, desde a escolha do casting até as gravações em estúdio.

Chegamos, assim, as categorias de maior visibilidade para o público: os artistas e os jornalistas. Tal visibilidade é proporcionada pelas características gerais da televisão, com um amplo espaço para o entretenimento, que acaba por supervalorizar a categoria dos artistas, mas também pela própria cobertura da imprensa sobre o meio, que enfatiza os aspectos pitorescos da sua vida privada. A categoria artistas tende a se reconhecer e se manifestar a partir de uma lógica de formação profissional específica nas artes dramáticas. Reúne atores e atrizes, em sua maioria com trânsito no rádio, no teatro, no cinema e no circo. Há, também, uma relação muito próxima com o campo da moda, o que possibilita a modelos, que mesmo sem formação em artes dramáticas, convertam seu capital e tornem-se artistas de televisão. Esta conversão de capital aplica-se a inúmeros profissionais, que, dado destaque e reconhecimento em seus campos específicos, são convidados para assumir na televisão o papel de especialistas em determinados assuntos, tais como medicina, direito, psicologia, economia, etc.

Os jornalistas constituem uma categoria profissional altamente especializada e envolvida com a produção televisiva. Atuam não somente na produção do telejornalismo, mas, também, na apresentação dos mais variados gêneros e formatos. Assim como os políticos, os jornalistas também têm suas ações em articulação a um próprio campo, o jornalístico, o que, na prática, resulta em disputas próprias que se revelam, por exemplo, na distinção entre os jornalistas televisivos e os jornalistas da imprensa escrita, embora o trânsito entre as duas funções seja cada dia mais intenso.

Como um desdobramento da categoria jornalistas, chegamos aos críticos de televisão. Em sua maioria, são jornalistas de formação que não estão envolvidos diretamente com a produção, e sim com a avaliação daquilo que vai ao ar. No caso brasileiro, concentram-se na imprensa escrita. Há, também, aqueles que atuam em programas especializados na própria televisão, geralmente contratados para revelar os segredos das telenovelas e das celebridades.

Na última ponta da produção televisiva estão os técnicos, profissionais de áudio, vídeo, edição, iluminação, cenografia, responsáveis pela efetiva realização das produções. Por estarem atrás das câmeras, não recebem, na maioria dos casos, o mesmo reconhecimento do público, da crítica e das próprias emissoras, o que se expressa tanto nas diferenças salariais quanto de prestígio social.

A última categoria é a dos telespectadores, o fim e objetivo último do trabalho de todos os agentes acima. Público-alvo de toda e qualquer transmissão televisiva, em muitos momentos e para determinados agentes, o telespectador torna-se sinônimo de audiência, de consumidor. Os telespectadores constituem uma das categorias de maior dificuldade de apreensão para sua análise. Mas é possível buscar algumas de suas impressões e práticas, a partir de cartas enviadas para os jornais ou diretamente para os programas, em pesquisas de opinião e até mesmo na participação direta em algum programa televisivo.

Cabe esclarecer que as categorias aqui propostas não esgotam o campo de relações entre os mais diversos agentes, apenas jogam luz para alguns dos principais responsáveis pela dinâmica do campo televisivo. Sabemos também que cada um desses agentes opera de forma particularizada a partir de um referencial maior, o da sua emissora. É a partir e por causa de cada uma das emissoras do campo televisivo, que esses agentes vão se relacionar. Foi com base nessas categorias, que buscamos conhecer às especificidades de cada um dos campos televisivos, na França e no Brasil, na última década do século XX.

O trabalho com as fontes audiovisuais também exige alguns apontamentos de ordem teórico-metodológica. O primeiro grande desafio é o de utilizar as imagens para além da simples exemplificação. Apesar de tal premissa ter sido colocada há mais de quatro décadas por Marc Ferro, em seu célebre texto “O filme: uma contra-análise da sociedade?” (FERRO, 1992, p.32), tal prática ainda é comum entre os historiadores que tendem a tratar as imagens “como meras ilustrações, reproduzindo-as nos livros sem comentário”. Por isso, o historiador preocupado em

trabalhar a imagem como fonte e objeto deve superar essa prática e avançar no sentido de utilizar as imagens como uma forma de “oferecer novas respostas e suscitar novas questões” (BURKE, 2004, p.12).

Numa perspectiva ligada ao campo da comunicação, Arlindo Machado alerta que “abordar a televisão como um acervo de trabalhos audiovisuais, não necessariamente homogêneo” não é uma tarefa fácil (MACHADO, 2000, p.17). A análise das fontes audiovisuais exige a compreensão das especificidades técnicas e de linguagem da televisão. O audiovisual televisivo deve ser analisado não como uma obra isolada, mas à luz da grade de programação das emissoras.

No que concerne às especificidades de uma análise integrada da grade de programação televisiva, Jérôme Bourdon afirma que ela deve percorrer três níveis indissociáveis, denominados pelo autor como: texto, co-texto e contexto. O texto indicaria as características internas do produto, tais como montagem, a forma, o cenário. O co-texto, a relação de determinado programa com o restante da grade da emissora, o caráter repetitivo e intercambiável de grande parte dos programas, a concorrência entre as grades, o que faz com que os profissionais e os telespectadores combinem seus programas de acordo com seus interesses. E, por fim, o contexto, no qual o pesquisador deve centrar a sua atenção na recepção. Para o autor, há uma “benéfica inflação documental”, já que os programas televisivos estão cercados por textos escritos, por críticas, reações, comentários, cartas de leitores, entrevistas e lembranças de telespectadores, tornando possível ao historiador a “reconstituição do espaço social de recepção” (BOURDON, 2011, p.18-19).

Como bem nos adverte Bourdon, o conceito de gênero, que tem sua origem na poética e na teoria do cinema, revela-se crucial para o entendimento da teoria e da história da televisão. Segundo o historiador, cada gênero tem sua história específica, que também é a história de suas interações internacionais e de seu desenvolvimento. Desta forma, pensar a televisão a partir de seus gêneros televisivos é pensar a relação construída ao longo da história do meio, bem como a interação entre esses gêneros (BOURDON, 2011, p.20-21).

Há ainda o clássico trabalho de Raymond Williams “Televisão: tecnologia e forma cultural”, escrito nos anos 1970, e que em 2016 ganhou sua primeira edição brasileira. Na obra, o autor se ocupa em pensar a televisão “como uma tecnologia cultural específica” e examina “seu desenvolvimento, suas instituições, suas formas

e seus efeitos nessa dimensão crítica”. A sua análise é centrada na noção de “fluxo”, ou seja a sequência planejada dos programas, para o autor o “fluxo” é a “característica que define a radiodifusão simultaneamente como tecnologia e uma forma cultural” (WILLIAMS, 2016, p.24-p.97).

Tanto a *La Cinquième* quanto o Futura são emissoras declaradamente educativas. Portanto, proceder uma análise das duas grades de programação exige tomar esse objetivo educativo como premissa para toda a produção. Há diversas formas de pensar a grade de programação de uma emissora. Porém, muitas dessas análises foram realizadas para pensar a programação de emissoras generalistas, ou seja, emissoras que não se enquadram em um recorte especificamente educativo, ainda que, na maioria delas, o papel educativo também seja contemplado. No caso de nossa análise, após o mergulho nas fontes das emissoras, decidimos por traçar algumas linhas mestras que serão nossas guias no caminho de compreensão dessa programação. Essas linhas serão traçadas basicamente a partir dos gêneros da televisão. O intuito é compreender dentro da grade de programação de cada uma das emissoras de que forma cada um dos gêneros contribuiu para o objetivo educativo.

Em pesquisa quantitativa sobre a programação da televisão brasileira no ano de 1996, José Carlos Aronchi de Souza identificou 37 gêneros e 31 formatos divididos em cinco categorias. As categorias identificadas por Aronchi são: entretenimento, informação, educação, publicidade e outros. Esta classificação assemelha-se, em parte, à famosa tríade da programação televisiva que tem na educação, informação e entretenimento seus alicerces. Outra classificação dos gêneros televisivos pode ser observada a partir da obra de Jérôme Bourdon, que a utiliza para analisar a programação da televisão europeia. Bourdon identifica o que ele define como quatro grandes gêneros: ficção, informação, entretenimento e a *télé-realité* (BOURDON, 2011). Nota-se que há uma especificidade dentro dessa proposta, já que o autor considera a ficção com um gênero diferente do entretenimento.

Devemos ressaltar que apesar de adotarmos a teoria dos gêneros televisivos na análise da programação, sabemos que os programas não possuem uma única natureza e que os gêneros não são puros. E na proposta da *La Cinquième* e do Futura torna-se ainda mais visível o hibridismo desses gêneros. As programações das emissoras poderiam ser pensadas a partir de cada uma dessas propostas e, em

cada uma delas, haveria ganhos e perdas na compreensão. Considerando que nossos objetos encontram-se na intersecção de uma programação brasileira e francesa, buscamos articular as perspectivas de Aronchi e Bourdon em nossas análises, a partir daquilo que as fontes nos indicaram.

As fontes sobre a *La Cinqüème* e o Canal Futura que compõe o *corpus* documental desta pesquisa foram coletados em momentos distintos. A pesquisa nos arquivos do Futura, por exemplo, foi dividida em duas etapas, a primeira realizada junho de 2014 e segunda em janeiro de 2016. O acesso aos documentos ocorreu mediante contato estabelecido diretamente com Lúcia Araújo e Mônica Pinto. A pesquisa realizada em junho de 2014, consistiu na coleta dos documentos textuais do período estabelecido pelo recorte da pesquisa (1997-2002) à ocasião todo esse material foi fotografado para sua sistematização posterior. Já em janeiro de 2016, retornamos à sede da emissora, mas, dessa vez, com o objetivo de visionar o material audiovisual.

O acesso às fontes francesas ocorreu graças ao financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), por meio da Bolsa de Estágio de Pesquisa no Exterior (BEPE), que possibilitou a minha vinculação ao *Laboratoire de Recherche Historique Rhône-Alpes* (LARHRA), em Lyon, sob a orientação da professora Évelyne Cohen, entre maio e setembro de 2015. O principal acervo de consulta dos arquivos da *La Cinqüème* foi o Instituto Nacional do Audiovisual (INA). Consultamos os documentos audiovisuais do fundo *Les chaînes hertziennes (1947 à nos jours)*, no qual além do material audiovisual, há o acesso ao *Magazines de Programmes*, boletim semanal sobre a programação e as *sources écrites*, acessíveis exclusivamente na unidade de Paris. O acesso a esses arquivos digitalizados é realizado pelos pesquisadores de forma presencial por meio da *Inathèque*. Há unidades da instituição espalhadas por todas as regiões da França. No nosso caso, utilizamos duas unidades: o INA *Centre-Est*, em Lyon; e o INA *Île-de-France*, localizado na Biblioteca Nacional da França, em Paris.⁶ A *Inathèque* possui uma ampla base de dados⁷ informatizada que permite ao pesquisador buscas

⁶ Em 1992, a França estendeu a lei do Depósito Legal que já existia para os livros aos documentos audiovisuais e o INA passou a ser responsável não somente por arquivar e organizar, mas também divulgar os acervos audiovisuais televisivos, o que possibilitou, a partir do ano de 1995, o acesso dos pesquisadores à grande parte do que foi veiculado pelas emissoras francesas ao longo da história (COHEN, 2016, p.108).

⁷ Ao fazer uma busca na base de dados da *Inathèque*, é possível clicar no nome de cada um dos programas e acessar uma ficha de descrição com diversos dados relativos a eles. Essas fichas,

precisas a partir de uma multiplicidade de combinações de palavras-chave (tema, data, programa, emissora).

As fontes que compõem o *corpus* documental da tese podem ser divididas, de uma maneira geral, em três grandes grupos: documentos textuais das emissoras; notícias publicadas na imprensa; e documentos audiovisuais.

Para fins de análise, os documentos textuais do Canal Futura foram subdivididos em três grupos: documentos internos; documentos de divulgação; e documentos de consultoria. O primeiro grupo diz respeito aos documentos produzidos pela Fundação Roberto Marinho e pelo Canal Futura com a função de uso interno no âmbito da atuação cotidiana da emissora. Os documentos internos do Canal Futura descrevem a dinâmica e o funcionamento do canal, em seus aspectos organizacionais e de programação e temporalmente abrangem desde o projeto inicial da emissora, passando pelos seus principais objetivos, pelos desdobramentos e as reformulações, até o seu aniversário de cinco anos, em 2002. Apresentam uma visão bastante pragmática do processo de produção, deixando transparecer as preocupações mais cotidianas e os problemas mais urgentes. São relatórios, pesquisas, etc. Os documentos de divulgação foram produzidos com a finalidade de apresentar o projeto para os agentes externos, tais como parceiros, imprensa e telespectadores. Estão entre eles a *Revista Futura* e o *Informativo Futura*. A *Revista Futura*, publicação oficial da emissora, conta com sete exemplares, do número 1 ao número 8, com a ausência do número 2. Os números são relativos ao período de novembro de 1997 e ao segundo semestre de 1999. Os exemplares possuem de 38 a 50 páginas, sendo o primeiro número o de maior extensão. Em relação ao conteúdo, a revista versa basicamente sobre os elementos constituintes da programação e das ações da emissora. O *Informativo Futura*, data do final de 1999, momento no qual não há mais a publicação da revista. E, por fim, temos os documentos de consultoria, que são documentos produzidos por agentes externos e empresas de consultoria a pedido do canal, mas descrevem os processos internos da emissora, com ênfase no aspecto organizacional. Concentrados entre 1999 e

produzidas pelos técnicos do INA no momento de organização das fontes, são importantes, pois situam o pesquisador sobre o programa que ele deseja visionar. Há, ainda, a possibilidade de escolher a opção “documentos escritos” e verificar se existe algum outro documento que acompanha aquele audiovisual. É possível fazer buscas através do portal da *Inathèque* no endereço eletrônico: <http://inatheque.ina.fr/> Acesso realizado em 28 de agosto de 2016.

2001, dizem respeito, em sua grande maioria, ao processo de reestruturação que o Canal Futura sofreu nesse período.

No caso da *La Cinquième* entre os documentos textuais coletados estavam os exemplares do *Les magazines des programmes*. A publicação, similar a *Revista Futura*, trazia um panorama das atrações transmitidas pela emissora, além de outras informações ligadas aos agentes envolvidos diretamente com a produção, tais como dirigentes, diretores e apresentadores. Entre os documentos textuais da *La Cinquième* coletamos, ainda, inúmeros documentos avulsos e/ou individuais que versavam sobre a temática da TV educativa e da própria *La Cinquième*, como estudos encomendados pela *La Cinquième* ao INA, cartazes de propaganda e outras publicações institucionais.

Ainda no âmbito das fontes textuais da *La Cinquième*. Antes do final do período de estágio, tivemos a oportunidade de consultar os arquivos da *France Télévisions*.⁸ Devido ao acesso restrito, a consulta se limitou a apenas dois dias. O arquivo da *France Télévisions* não possui ferramentas consolidadas de pesquisa para amplo acesso ao público, característica que dificultou a busca de documentos, pois não era possível saber com precisão e antecedência os documentos que eles possuem. A guarda desses documentos está sob a responsabilidade de empresas privadas e, no caso dos arquivos relativos à *La Cinquième* eram duas empresas responsáveis pela sua organização, e cada uma delas o fez a partir de padrões diferentes.

Ainda assim encontramos documentos relativos às alterações na grade de programação do ano de 1997, uma série de memorandos trocados entre os funcionários que apresentavam a dimensão interna dessas alterações. Todavia, assinamos um termo de uso, que nos impede de citarmos diretamente nomes que aparecem nessas correspondências. Da mesma forma, os custos financeiros dos programas, orçamento, publicidade, estão protegidos por lei, por serem considerados segredos comerciais, e não podem ser apresentados em sua totalidade. Mesmo com essas restrições, os documentos consultados foram importantes, pois, no cruzamento com outras fontes, possibilitaram afirmações mais precisas, pois, ainda que não possamos citar diretamente o nome de uma pessoa ou

⁸ Os arquivos da *La Cinquième* fazem parte de um serviço de gestão dos arquivos institucionais da *France Télévisions*. Estão organizados partir de uma lógica empresarial, pouco preocupados com a dimensão patrimonial do acervo (COHEN & GOETSCHER, 2015, p.167).

um valor preciso, podemos trabalhar na perspectiva do cargo e de totalizações que colaboram com as análises.

Uma outra etapa importante foi a pesquisa de campo na *Inathèque* de Paris, onde foram consultados os seguintes fundos arquivísticos: *Jacques Durand*; *Régine Chaniac*; *Jean Pierre Jezequel*; *CSA: versement 2009*; *CSA: versement 2004*; e *Canal Plus: Télévision*. Encontramos uma diversidade muito grande de material, desde recortes de jornal das primeiras discussões sobre a criação de uma TV educativa ou sobre a trajetória de Jean Marie-Cavada, primeiro presidente da *La Cinquième*, até relatórios da emissora e documentos de outras instituições parceiras, como o INA.

O outro grupo de fontes diz respeito às notícias da imprensa. No caso do Canal Futura tivemos acesso a dois volumes de um *clipping*. O *clipping* reúne 260 notícias, distribuídas por mais de 60 veículos de comunicação de todas as regiões do Brasil, cobrindo os meses de agosto a novembro de 1997. As notícias foram todas lidas e os seus principais trechos coligidos em uma tabela na qual dividimos as publicações mês a mês. Na sequência, passamos a dividir esses conteúdos em quadros temáticos. A análise desse material apresentou um desafio de mão dupla, pois, ao passo que há o *clipping*, enquanto documento produzido pelo setor de comunicação da emissora, existe o seu conteúdo, ou seja, as notícias publicadas pelos mais diversos periódicos. Dessa forma, a natureza do *clipping* nos obriga a alguns cuidados metodológicos: o primeiro deles é o de não tomarmos as notícias selecionadas no *clipping* como se fossem a totalidade do material publicado sobre o Canal Futura pela imprensa no período. Segundo, o *clipping* é uma seleção, e deve ser pensado como tal. Esse material foi coletado pela emissora com, pelo menos, dois objetivos: o de conhecer a dimensão do alcance do projeto e o de possuir um arquivo, como forma de preservar a memória do período de inauguração do Futura. Porém, tais características não invalidam o conteúdo do *clipping*; pelo contrário, a amplitude do material, quer em números de veículos, quer em alcance geográfico, colaborou para pensarmos questões específicas que teriam difícil resposta a partir da visada de um único jornal. Como forma de completarmos o quadro relativo à imprensa, nos servimos ainda de pesquisas pontuais no acervo digital do jornal *O Globo*, disponível por meio de assinatura mensal, e no acervo do *Jornal do Brasil*, disponível na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

O levantamento das matérias, reportagens e notas relativas ao funcionamento da *La Cinquième* ocorreu por meio da base de dados *Europresse*, indicada pela professora Évelyne Cohen e disponível aos usuários da Bibliothèque Diderot de Lyon. A base *Europresse* permite a busca de termos específicos e a combinação com determinados caracteres possibilitando uma maior precisão. A base ainda possui uma função que possibilita que as notícias encontradas sejam agrupadas em um dossiê específico que pode ser convertido em um arquivo de formato PDF. A pesquisa privilegiou os cinco principais jornais franceses: *Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération*, *L'Echo* e *L'Humanité*. Ao todo foram 16 volumes coletados, com 50 notícias cada.

Desse modo, tanto para o Canal Futura quanto para a *La Cinquième* as notícias da imprensa foram utilizadas como fonte de pesquisa para a compreensão do objeto em si que são as emissoras educativas. O que não quer dizer que tenhamos nos afastado dos cuidados metodológicos que o historiador deve ter ao trabalhar com imprensa escrita.

Por fim, passamos a documentação audiovisual. A pesquisa documental no Canal Futura se encerrou em janeiro de 2016 com o visionamento do audiovisual de programas previamente selecionados. Durante uma semana, foi possível acessar os episódios diretamente no setor de arquivos da emissora. O material estava todo em fitas *betacam* e, por isso, não foi possível realizar qualquer tipo de reprodução do audiovisual, apenas algumas fotografias do monitor, resultando em alguns *frames*.

No caso da *La Cinquième* o trabalho de visionamento foi realizado por meio de um computador dotado do *software mediascope*⁹, na unidade da *Inathèque* de Lyon. A seleção final de 24 programas nos rendeu 50 trechos, ultrapassando as 140 horas de programação. Tal número de programas visionados, aliado ao caráter repetitivo do próprio meio, com as inúmeras retransmissões e multidifusões, contribuíram para que conseguíssemos conhecer parte relevante daquilo que foi produzido pelas duas emissoras dentro do recorte proposto.

⁹ Tal programa de computador permite o visionamento dentro de uma interface intuitiva que possibilita ao pesquisador realizar anotações, retirar os *frames* dos trechos desejados, entre outras funcionalidades. Ao final do trabalho, o material produzido é armazenado em arquivos que são enviados ao pesquisador, por e-mail ou CD, não sendo franqueada a cópia ou reprodução direta do audiovisual. Ao solicitar um determinado programa ao técnico da *Inathèque*, toda a faixa de programação com duração de uma ou duas horas na qual o programa estava inserido também é disponibilizada. Essa peculiaridade do sistema de consulta nos possibilitou termos a dimensão do programa selecionado dentro do fluxo contínuo no qual ele foi originalmente exibido e visionar aquilo que fora transmitindo antes, durante e depois do programa, inclusive os intervalos comerciais.

Nesse sentido, fizemos um esforço para descrever todo o material visionado considerando seus aspectos formais e de conteúdo. Todas as informações foram organizadas em fichas de descrição. Esse material audiovisual, combinado com outras fontes, serviu como o elemento base para a análise comparativa das grades de programação do Futura e da *La Cinquième* realizadas mais especificamente no quarto capítulo.

Tivemos, também, acesso a outros tipos de informações na base da *Inathèque*, como os dados gerais dos programas, em fichas redigidas pelos documentalistas do INA. A ficha possuía uma gama de informações, como, descrição e andamento dos programas, dados técnicos, entre outros. Informações valiosas quando somadas aos dados retirados do visionamento. Além disso, existem fichas individuais para cada um dos episódios dos programas. Por isso, selecionamos não somente as fichas gerais relativas dos 24 programas, como também as fichas de grande parte dos outros episódios. As descrições de visionamento, aliadas às fichas de programação gerais e de episódios, tiveram um papel fundamental no processo de consolidação das análises do audiovisual. Por fim, nos últimos momentos de análise, e com a impossibilidade de gravação dos audiovisuais nos arquivos oficiais, lançamos mão da plataforma de *streaming Youtube* e outras similares, tarefa que se tornou um pouco mais precisa, considerando que possuíamos dados seguros sobre a maioria dos programas, podendo, deste modo, cruzá-los com o dos programas já visionados como forma de atestar a veracidade do fragmento audiovisual encontrado.

A tese estrutura-se em quatro capítulos. O primeiro intitulado “Campo televisivo e experiências em TV educativa”, apresenta as linhas gerais da constituição histórica dos campos televisivos francês e brasileiro e, a partir disso, faz um mapeamento de seus principais agentes e das experiências em emissoras educativas. Buscamos com esse capítulo apresentar os campos televisivos nos quais as duas emissoras se inseriram bem como os mecanismos de organização que possibilitaram a existência da *La Cinquième* e do *Canal Futura*.

No segundo capítulo, “Dois projetos de *canal do conhecimento*”, o objetivo é discutir, de forma comparativa, as linhas gerais dos projetos da *La Cinquième* e do Canal Futura. Trataremos de uma caracterização geral das emissoras e a busca por uma identidade visual própria. Discutiremos de que modo as duas emissoras se inseririam no contexto de crise social que viviam os dois países. Problematisamos,

também, alguns elementos relativos à concepção de identidade como emissoras não-elitistas e a busca pelo reforço de uma programação de caráter popular. Discutimos a preocupação dos dirigentes das duas emissoras educativas com a dimensão econômica do audiovisual, ou seja, de que forma os projetos estavam também alinhados a uma perspectiva de produção e venda de produtos audiovisuais para mercados externos.

No terceiro capítulo, “A trajetória das emissoras do conhecimento”, aprofundaremos a análise dos elementos históricos da *La Cinquième* e do Canal Futura. Iniciamos a discussão pelas cerimônias oficiais de inauguração das emissoras, para, na sequência, tratarmos dos embates cotidianos no campo televisivo. E, ao final, discutiremos as possibilidades e os limites de uma aposta educativa, buscando compreender de que modo a *La Cinquième* e o Futura conseguiram cumprir ou não os objetivos propostos.

Por fim, no quarto capítulo, “O audiovisual educativo francês e brasileiro”, apresentaremos uma análise das grades de programação da *La Cinquième* e do Canal Futura. A análise histórico-comparativa permite compreender, por um lado, as linhas gerais sobre a forma como cada uma das emissoras tratou as suas questões específicas e, por outro lado, quais são as aproximações e os distanciamentos entre as experiências, revelando tanto aquilo que seria específico, único, singular, quanto o que é rotineiro, comum no campo televisivo dentro de um quadro internacional. Discutiremos tais elementos a partir das categoriais, gêneros, os formatos televisivos produzidos pelas duas emissoras. Dessa forma, subdividimos o capítulo, em tópicos específicos, cada dedicado a uma das categorias clássicas da tríade sagrada televisiva: educação, informação e entretenimento. Dentro de cada uma das categorias apresentaremos os programas mais significativos para as duas emissoras aglutinando-os por gênero e em alguns casos por tema. Reservamos para o último tópico o que denominamos de programação especial, com destaque para os interprogramas e os dias temáticos.

1 CAMPO TELEVISIVO E EXPERIÊNCIAS EM TV EDUCATIVA

1.1 Constituição histórica

Em 26 de abril de 1935, ocorreu oficialmente a primeira transmissão televisiva em terras francesas. Durante uma hora, as pessoas puderam acompanhar, em algumas dezenas de aparelhos receptores, com resolução de 60 linhas¹⁰, a performance da comedianta Béatrice Bretty. Esse início dos serviços de televisão foi possível graças ao empenho de Georges Mandel, então ministro do governo de Pierre-Étienne Flandin, que apostou nos inventos de René Barthélemy. Georges Mandel optou por esperar a possibilidade técnica para a ampliação da boa qualidade de imagem antes de expandir a programação. No dia 10 de novembro, após meses de trabalho, um transmissor de 2 Kw instalado na Torre Eiffel passou a levar o sinal aos aparelhos televisores espalhados pela capital parisiense e que já eram capazes de transmitir em 180 linhas (SAUVAGE; VEYRAT-MASSON, 2012, p.27).

Aos poucos, uma programação regular começou a ser transmitida. No ano de 1936, por exemplo, os televisores funcionavam diariamente por cerca de 30 minutos do horário vespertino, entre as 16h00 e 16h30. Já no ano seguinte, a televisão francesa passou a exibir seus primeiros programas regulares no período noturno. Neste embrião de grade de programação, já eram levados ao ar: show de variedades; extratos de peças; documentários; e até mesmo um programa literário, o *Vient de paraître*, dedicado aos autores e suas novas obras, apresentado por Molly Boulanger (JOST, 2007, p.44). No início do ano de 1938, fixou-se um novo padrão para as transmissões. A potência do transmissor da Torre Eiffel foi elevada para 25 Kw com uma programação de uma hora durante cinco dias da semana e duas horas

¹⁰ Já em 1937 na Exposição Internacional de Artes e Técnicas fora apresentado o padrão de 455 linhas (SAUVAGE; VEYRAT-MASSON, 2012, p.29). O aumento progressivo das linhas era responsável direto por uma melhora na qualidade de imagem. A partir de 1956, a França adotou como único padrão as 819 linhas, modelo mais avançado dentro da Europa, onde a maioria dos países ainda utilizava o formato de 625 linhas (Cf. MÉADEL, 1999, p.243-244). A tecnologia de varredura da imagem se modificou rapidamente, mas seu princípio permanece o mesmo, pela definição de Herbert Zettl: “A imagem de vídeo é literalmente desenhada na tela de TV por um pincel eletrônico – o feixe de elétrons. Emitido pelo canhão de elétrons, o feixe de elétrons rastreia a superfície interna da tela de televisão linha por linha, da esquerda para a direita, no mesmo sentido em que vemos. A parte interna da tela de TV é pontuada com milhares de elementos de imagem sensíveis à luz ou pixels (pontos arredondados, pequenos retângulos ou formatos de diamante) que se acendem quando atingidos pelo feixe de luz. Se o feixe for potente os pontos brilharão com bastante intensidade. Se o feixe for mais fraco, os pontos brilharão apenas parcialmente. Se o feixe for extremamente fraco, os pontos não emitirão nenhum brilho” (ZETTL, 2011, p.59).

aos domingos. No final de 1938, o ministro anunciou uma nova rede de transmissores que, a partir do ano seguinte, ligaria outras quatro cidades francesas: Lyon, Lille, Toulouse e Marselha (SAUVAGE; VEYRAT-MASSON, 2012, p.29).

Esse período inicial da televisão francesa ficou marcado pela possibilidade do nascimento de emissoras comerciais. Ainda em 1936, Georges Mandel anunciou seu plano para a criação de três estações privadas: a *Télé-Poste-Parisien*, projeto do jornal *Le Petit Parisien*; além dos projetos de televisão da *Rádio Toulouse* com a colaboração de Henri de France e da *Rádio Lyon* com o apoio de Marc Chauvierre. Porém, os planos não foram levados adiante por Roberto Jardillier, então ministro da *Postes Télégraphes et Téléphones* durante o governo do socialista León Blum, totalmente avesso a ideia de “uma televisão capitalista” (SAUVAGE; VEYRAT-MASSON, 2012, p.28).

Em 1939, a entrada da França na Segunda Guerra Mundial marcou o fim desse primeiro momento da televisão (JEANNENEY, 1996, p.223). Devido aos custos elevados de produção e a sua pouquíssima capilaridade, a televisão foi deixada de lado no esforço de guerra. Diferentemente do rádio, que dentre os meios de comunicação existentes à época teve papel fundamental na difusão de notícias sobre o conflito (HOBSBAWM, 1995, p.195). O transmissor da Torre Eiffel foi destruído e o estúdio da rua Grenelle abandonado antes da entrada dos alemães em Paris. Durante a ocupação alemã na França houve a instalação de um sistema de televisão nos hospitais para os feridos de guerra. Sob a responsabilidade de Kurt Hinzmann, 250 aparelhos televisores, trazidos da Alemanha, foram instalados em Paris e nas cidades vizinhas. Entre 30 de setembro de 1943 e 16 de agosto de 1944 foram veiculadas até 12 horas de programação por dia. Para manter esse ritmo de funcionamento cerca de 120 pessoas estavam mobilizadas trabalhando (SAUVAGE; VEYRAT-MASSON, 2012, p.29-34).

Em 23 de março de 1945, uma Portaria estabeleceu o monopólio público da radiodifusão com a criação da *Radiodiffusion Française* (RDF). Essa Portaria impediu quaisquer transmissões de mensagens privadas por ondas eletromagnéticas frustrando definitivamente alguns dos projetos discutidos durante a III República (ECK, 2001, p.46). Nesse período de reinício, a radiodifusão francesa buscou se distanciar tanto do modelo comercial norte-americano quanto do modelo estatal soviético (COHEN, 2009, p.32). O novo ordenamento legal tinha a “ambição de fazer da radiodifusão um instrumento a serviço de toda a Nação e não reservada

ao uso exclusivo de um governo” (SAUVAGE; VEYRAT-MASSON, 2012, p.39).¹¹ O exemplo a ser seguido foi o da *British Broadcasting Corporation* (BBC) de Londres, que a partir de 1936 iniciou sua trajetória pela via democrática das redes públicas.¹²

Esse modelo se espalhou para os outros países europeus, chegando a Alemanha, em 1950, com a ARD¹³; a Itália, em 1954, com a RAI; a Espanha, em 1956, com a TVE; e a Portugal, em 1957, com a RTP. Na maioria dos casos, o financiamento das ações de produção e veiculação não dependia de empresas privadas, pois eram tomados efetivamente como um serviço público. Em todos os países citados, o financiamento das emissoras ocorria por meio de uma taxa cobrada de cada residência que possuía aparelho televisor (JEANNENEY, 1996, p. 226). Na França, por exemplo, essa taxa era denominada *redevance* e já existia para financiar os serviços radiofônicos, tendo sido estendida para os serviços de televisão, a partir de 1949. Vale registrar que, mesmo com a instituição da *redevance*, os recursos eram insuficientes, dados os altos investimentos iniciais necessários para ampliação da cobertura do sinal televisivo (SAUVAGE; VEYRAT-MASSON, 2012, p.40).

No Brasil, a televisão nasceu sob o signo do modelo comercial norte-americana. Sistema que se desenvolveu alicerçado em emissoras comerciais, como ABC, CBS e NBC, exploradas pela iniciativa privada por meio de concessões públicas. Nesse modelo, o Estado era o único e exclusivo detentor das concessões que eram distribuídas entre os empresários das comunicações que, na condição de concessionários, faziam a gestão econômica e de conteúdo. O modelo de financiamento oriundo dessa relação passou a ser de inteira exclusividade do capital privado, gerando uma marca indelével na televisão estadunidense: a grande influência da publicidade na produção televisiva, quer em termos de forma, quer de conteúdo. Em linhas gerais, o objetivo central das grandes redes de TV citadas era o de oferecer uma programação voltada ao grande público; em outras palavras, um

¹¹ Todos os trechos entre aspas retirados das obras e das fontes em língua francesa foram traduzidos livremente pelo autor.

¹² A BBC iniciou suas transmissões públicas no dia 2 de novembro de 1936, ao vivo, com imagens de 405 linhas, direto dos estúdios do Alexandra Palace, em Londres. Em 1939, já existiam 20 mil aparelhos televisores na região londrina e foram realizadas as primeiras reportagens no exterior. A coroação de Jorge VI foi a primeira grande cerimônia política transmitida ao vivo. Mas assim como na França, a partir de setembro de 1939 as transmissões foram interrompidas devido ao início da Segunda Guerra (JEANNENEY, 1996, p.223).

¹³ *Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen-Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland* (Consórcio de empresas de radiodifusão do serviço público da República Federal da Alemanha).

público consumidor que financiaria, por meio de sua audiência, o funcionamento das emissoras. Tal programação esteve amplamente alicerçada no entretenimento e na informação, com pouco espaço para a educação e cultura (JEANNENEY, 1996, p.243-246). Inspirada nesse modelo, a televisão brasileira nasceu pelas mãos de Assis Chateaubriand, que inaugurou, em 18 de setembro de 1950, a sua TV Tupi em São Paulo.

No âmbito institucional, a televisão francesa se organizou a partir de organismos públicos centralizados, mas que não ficaram incólumes aos abalos políticos da instável IV República. Em 1946, Wladimir Porché foi escolhido pelo ministro da Informação para assumir a direção de radiodifusão da RDF. O diretor defendia que a televisão francesa deveria seguir o modelo da BBC, que conjugava os objetivos de “informar, educar a distrair”. Em sua perspectiva, a missão da televisão francesa seria a de “lutar contra a ignorância” e regenerar a população após a derrota para a Alemanha (GAILLARD, 2012, p.51).

Para realizar esses objetivos, Porché se cercou de homens como o general Marien Leschi, Jean d’Arcy e Vital Gayman. Leschi foi o responsável pela escolha do padrão de alta definição em 819 linhas. Enquanto d’Arcy foi nomeado responsável pela programação da televisão a partir de 1952. A estabilidade dessa equipe de direção contrastou com a instabilidade política da IV República, com seus 18 ministros da informação entre 1944 e 1958 (ECK, 2001, p.38).

A estrutura da RDF sofreu diversas modificações. O avanço do meio televisivo forçou a alteração da denominação do órgão que após o decreto de 4 de fevereiro de 1949 tornou-se *Radiodiffusion-Télévision Française* (RTF), momento em que a televisão entrou oficialmente “no mundo das mídias de massa no mesmo nível do rádio” (SAUVAGE; VEYRAT-MASSON, 2012, p.40).

Após obter os primeiros êxitos em suas missões e produções de programas, “apesar dos obstáculos orçamentários e das críticas recorrentes”, a RTF tornou-se um “ator importante na vida do país”, ao longo da década de 1950. Em 1958, a instauração da Quinta República colocou fim a situação incerta a qual vivia a RTF e, em 05 de fevereiro de 1959, o governo publicou uma portaria que ratificou “o monopólio do Estado” e que tornou a RTF “um estabelecimento público de caráter industrial e comercial”, dispondo, em princípio, de uma certa autonomia de gestão (ECK, 2001, p.47-48). Mas poucos anos depois, em 1964, a RTF sofreu uma nova transformação e passou a se chamar *Office de Radiodiffusion-Télévision Française*

(ORTF). A ORTF manteve esse formato ao longo de uma década, mas a contínua expansão do modelo televisivo francês aliado às pressões políticas forçaram novas modificações (SAUVAGE; VEYRAT-MASSON, 2012, p. 139).

Como podemos observar existem distinções claras na gênese da televisão na França e Brasil. A primeira nascida pelas mãos do poder público e a segunda fruto da iniciativa privada. Mas este fato, não impediu que existissem algumas semelhanças nas complexas relações entre o campo político e o campo televisivo. Na França, a influência estava diretamente relacionada à escolha dos dirigentes da RTF, e seu poder como mantenedor exclusivo do primeiro canal público. No caso brasileiro, as emissoras dependiam dos políticos no momento de escolha das concessões públicas e, em muitos casos, os próprios políticos tornavam-se concessionários.

Numa outra perspectiva, os políticos buscaram, já na década de 1950, utilizar a televisão como forma de atingir um público mais amplo e estreitar a relação com seus eleitores. Na França, do pós-Guerra, a IV República tinha dificuldades na reorganização política do país. No Brasil, vivia-se um período de democracia e, mesmo ainda de maneira incipiente, a televisão já movimentava o plano político, vide o exemplo de utilização do meio por Carlos Lacerda, na disputa política com seus adversários, entre eles o então-presidente da República Getúlio Vargas, e as reações, que culminaram em episódios de censura nos governos seguintes, com casos destacados durante o governo de Juscelino Kubitschek (BUNETTO, 2016, p.138).

Na França, a relação entre política e televisão tornou-se ainda mais imbricada no momento de fundação da V República, sob a égide do presidente Charles de Gaulle. O general francês, apoiado por uma ampla maioria, soube utilizar a televisão, como até então nenhum outro presidente tinha feito, para se dirigir a opinião pública (BOURDON, 1990).

Mas para além do plano político, o surgimento da televisão incentivou novos experimentos educacionais. O período engajou técnicos, gestores públicos, professores, diretores, roteiristas, jornalistas, críticos, empresários e políticos, que pensaram, discutiram e tentaram, cada um a seu modo, e considerando seus interesses específicos, colocar a televisão a serviço da educação.

A partir da segunda metade da década de 1940, mais precisamente no período pós-Guerra, o mundo assistiu a uma nova reorganização entre os países –

dado o fracasso da Liga das Nações –, com o objetivo de evitar um novo conflito bélico que trouxesse mais prejuízos a já devastada Europa. Assim, nasceu a Organização das Nações Unidas (ONU) e um dos seus braços que cuidaria exclusivamente dos assuntos educacionais, a Organização das Nações Unidas para a Educação e Cultura (UNESCO). A instituição deveria, entre outros objetivos, fomentar o debate e as estratégias para utilização da televisão com fins educativos.

Em 1952, como prova dessa preocupação, a UNESCO publicou seu primeiro estudo sobre a televisão educativa. Editado na França no ano seguinte, o estudo fazia parte da coleção *La presse, le film et la radio dans le monde d'aujourd'hui*. Vale destacar que a discussão sobre a televisão educativa era tão nova que mesmo o termo “televisão” não estava contemplado no título da coleção, que destacava apenas os meios já consagrados no mundo, caso da imprensa, do cinema e do rádio. Redigido pelo professor Charles A. Siepmann, da Universidade de Nova York, o estudo versava sobre as experiências iniciais com a televisão educativa nos Estados Unidos, país pioneiro no uso do meio para fins educativos, e tinha o intuito de colaborar com outros 17 países onde a televisão já era uma realidade e com aqueles que estavam em vias de iniciar seus serviços (SIEPMANN, 1953, p.14).

Como o próprio relatório da UNESCO já havia destacado, os Estados Unidos foram os pioneiros na execução dos serviços de televisão educativa. A partir de 1952, a *Federal Communications Commission* aprovou um primeiro lote de reserva de canais (BURBAGE, 1973, p.255). Em 12 de maio de 1953, entrava no ar o primeiro canal exclusivamente educativo, a *KHUT Houston* (ALENCAR, 1983, p.51).

Na França, as primeiras experiências educativas com a televisão iniciaram-se com a retomada do serviço no pós-guerra. Mas, foi a partir de 1951, sob a coordenação do ministério da Educação Nacional que as ações se multiplicaram. Dentre as iniciativas estava a do professor de inglês Roger Louis, o qual se tornara um célebre jornalista televisivo. Como secretário-geral da Federação Nacional de Televisão Educativa, Louis instalou 46 *télé-clubs* nas zonas rurais, além do serviço “de televisão educativa ligado à educação nacional” organizado pela RTF a partir de 1953, em que as “horas da tarde, ainda vagas, eram utilizadas para transmitir os programas e se propunham a ensinar mais diretamente”. A partir de 1963, a *Radio Television Scolaire* já transmitia regularmente lições em matérias diversas. Existiram, ainda, outras experiências, mas que foram interrompidas no início dos anos 1980 (BOURDON, 2011, p. 206).

A primeira regulamentação dos serviços de televisão no Brasil foi dada pelo Decreto nº 29.783, de 19 de julho de 1951, que atualizou os decretos anteriores que diziam respeito ao rádio. A nova normativa, editada pelo presidente Getúlio Vargas, incluía a televisão entre os serviços de radiodifusão e assegurava em seu artigo segundo que:

Os serviços de radiodifusão têm finalidade educativa, que pode ser cultural ou meramente recreativa, e são considerados de interesse nacional, so [sic] sendo permitida a exploração comercial dos mesmo [sic] na medida em que não prejudique esse interesse e aquela finalidade.¹⁴

Em 1952, com base nesse decreto, Roquette Pinto, pioneiro do rádio no Brasil, formou um grupo de trabalho juntamente com José Oliveira Reis, Lauro de Medeiros e Tude de Souza, com o objetivo de elaborar um plano para a criação de uma televisão educativa no Rio de Janeiro, então capital federal. Era a primeira tentativa de implantação de TV educativa no Brasil (MILANEZ, 2007, p.19). A concessão foi autorizada pelo presidente Getúlio Vargas, por meio de decreto assinado em 10 de maio de 1952. Porém, “apesar da rapidez dos trâmites da documentação – edital de concorrência e verba – para a compra dos equipamentos”, a descontinuidade administrativa freou o projeto. E os equipamentos, que já estavam prontos para embarque “ficaram quase vinte anos em Nova Iorque, até que fosse possível a instalação da emissora” (ALENCAR, 1983, p.51).

Entre meados da década de 1950 aos anos 1960, os agentes públicos e privados envolvidos diretamente com o avanço nos debates e na existência das primeiras experiências em TV educativa, nos continentes europeu e americano, buscaram responder de diversas formas a seguinte questão: “Deveria a educação ser tratada como uma tarefa diferente e segregada em canais distintos ou em organizações separadas?” (BRIGGS & BURKE, 2004, p.253).

No caso da França, a programação televisiva sob o comando de Jean d’Arcy buscava equilibrar seus três eixos: a distração, a informação e a instrução, que deveriam ser indissociáveis. A partir da chegada de Jean d’Arcy à direção de programação da televisão francesa, em 1952, foram forjados os instrumentos que transformariam, na década seguinte, a televisão em um grande meio popular

¹⁴ BRASIL. Decreto nº 29.783, de 19 de julho de 1951.

(DELPORTE & D'ALMEIDA, 2010, p.189). Para Jean d'Arcy, "a televisão era considerada como um novo meio de educação, à medida que se endereçava a todos, tanto as crianças quanto aos adultos", e por sua capacidade de "condensar todo o conhecimento acumulado ao longo dos séculos em uma oferta rica e diversificada de programas" integrados aos "lazer da massa que são o futebol e o cinema comercial" (PIERRE, 2012, p.82-83). Em determinada declaração, Jean d'Arcy (apud COHEN, 2010, p.54) chegou a afirmar:

Eu acredito profundamente na unidade de objetivos que internacionalmente o rádio e a televisão se colocaram. Nossos objetivos são, vocês sabem, distrair, informar, instruir. Eu acredito que seria um erro ter programas de pura distração, programas de informação seca e programas de instrução demasiado pedagógicos. Eu acredito, ao contrário, que o bom programa é aquele que joga com estas três categorias; são os programas de distração e informação e de instrução e de distração ao mesmo tempo.

As palavras de Jean d'Arcy revelam uma "época de esperança", sentimento que não era exclusivo da França, mas podia ser ouvido em outros cantos da Europa, e espalhar-se-ia ao redor do mundo nas décadas seguintes de 1960 e 1970 (BOURDON, 2011, p.206).

No caso brasileiro, com o fracasso do projeto de Roquette Pinto, as primeiras experiências em televisão educativa tiveram de esperar até a década de 1960. Em maio de 1961, o governo de São Paulo criou um curso de admissão ginásial pela televisão, primeira experiência oficial de educação popular da América do Sul. O programa passou a ser organizado pela TV-Escolar, órgão ligado à Secretaria de Educação e, veiculado pela TV Cultura de São Paulo, em sua fase privada, pertencente à Assis Chateaubriand. Em outubro do mesmo ano, surgiu outro projeto, dessa vez em terras cariocas, tratava-se do *tele-escola*. Coordenado pela professora Alfredina Paiva de Souza, organizado pela Fundação João Batista do Amaral e transmitido pela TV Rio, seria a primeira experiência nacional a utilizar uma rede de telepostos, mantida com a parceria entre o poder público e iniciativa privada. O programa permaneceu no ar até 1964, quando foi encerrado devido a dificuldades financeiras. Uma terceira iniciativa partiu do professor Gilson Amado, que conseguiu organizar na TV Continental, a partir de 1962, o projeto *Universidade Sem Paredes*. Entre os programas de maior sucesso, estava o *Artigo 99*, que entrou no ar em

1964, com aulas de português, matemática e história (BARROS FILHO, 2011, p.66-67).

Outro papel que a televisão desempenhou de forma muito parecida na França e no Brasil foi o de integração nacional. Em terras brasileiras, o avanço mais significativo do meio televisivo ocorreu a partir de meados da década de 1960 e esteve intimamente ligado às políticas de comunicação do regime militar. Mas cabe destacar que, antes mesmo do golpe civil-militar de 1964, as Forças Armadas já dispunham de um instrumental técnico e participaram ativamente das discussões e da elaboração do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), aprovado em 27 de agosto de 1962, durante o mandato presidencial de João Goulart. A tomada do poder levou os militares, ancorados na Doutrina de Segurança Nacional, a encarem o setor de telecomunicações como um elemento de integração nacional, passando a investir de forma estratégica no desenvolvimento do setor, visando à construção de um eficiente sistema de comunicação.

Como parte de uma reforma na administração estatal, o marechal e presidente Castello Branco criou o Ministério das Comunicações. O novo ministério objetivava “a centralização das ações em torno das telecomunicações”. Em 1965, foi criada a Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL). Com a sua criação, o governo adotava a estratégia de “aglomerar, dentro de si, todas as empresas regionais, monopolizando principalmente a troca de mensagens entre o Brasil e o exterior – que dependiam das concessionárias – e o desenvolvimento e aprimoramento das técnicas de transmissão”. Neste sentido, o “principal mérito da Embratel foi a busca de uma tecnologia que, já sendo realidade em outros países, pudesse melhorar o sistema de comunicação, principalmente a telefonia” (SILVA, 2012, p. 175-180).

Outro órgão que ganhou relevância no período militar foi o Conselho Nacional de Telecomunicações (CONTEL). “O órgão funcionava como mecanismo de assessoramento direto do Poder Executivo e centralizava as diretrizes acerca das estratégias para a área das telecomunicações”, enquanto a Embratel “atuava de forma intensa no sentido de cumprir as deliberações” do CONTEL. Era de responsabilidade do CONTEL: “o controle sobre o funcionamento da estrutura já disponível, principalmente em torno da programação transmitida pelos veículos e da autorização para o funcionamento das estações retransmissoras” (SILVA, 2012, p. 176).

Um dos resultados práticos das políticas de telecomunicação do regime militar foi “a implementação do satélite durante a última metade da década de 1960”. Com sua instalação “o setor televisivo ganhou não apenas a condição técnica de avançar a cobertura dentro do território nacional, mas também de captar transmissões internacionais e, por consequência, transmitir ao público externo às produções locais” (SILVA, 2012, p.215).

Na França, entre os anos de 1945 e 1974, a televisão foi partícipe da construção de um novo espaço cultural e político. No movimento de “elaboração dos programas e dos gêneros tecem-se as ligações entre a televisão e os telespectadores que contribuem em desenhar os contornos de uma *comunidade imaginada*”. A televisão tornou-se um “instrumento do conhecimento da França e dos franceses”, constituindo-se como “um observatório das práticas da vida cotidiana que se instalou no coração da informação social e política”, contribuindo assim para a “elaboração de uma cultura democrática” ao maior número de pessoas. A televisão se confirmou, ainda, como um “lazer privilegiado dos franceses e seus programas”, operam “uma mutação das representações tanto da percepção do território, da vida cotidiana dos franceses, quanto das artes (literatura, teatro, cinema), da informação e das cerimônias políticas” (COHEN & LÉVY, 2007, p.7-8).

Em 1964, com o surgimento da segunda emissora pública francesa, ganhou relevo a discussão sobre o papel a ser desempenhado por cada uma, em outras palavras, era necessário decidir se a relação seria de concorrência ou de complementaridade. Inicialmente, as emissoras optaram pela complementaridade, porém essa realidade durou pouco tempo. A partir de 1967, os dirigentes da segunda emissora passaram a disputar abertamente o público com o primeiro canal, ainda que sem abrir mão do caráter cultural de seus programas (BOURDON, 2011, p.46). A exibição dos principais telejornais de cada uma das emissoras às 20 horas era um dos exemplos dessa relação concorrencial.

Ao longo da década de 1960, os serviços de televisão educativa também avançaram em território francês, o que pode ser mensurado pelos números apresentados pela *Radio Télévision Scolaire*. No ano de 1967, foram produzidos cerca de 30 programas por semana, totalizando 13 horas e 35 minutos de programação veiculados pelo segundo canal público francês. Os conteúdos atendiam a todas as faixas etárias de escolarização, com 2 horas e 10 minutos dedicados aos alunos da escola infantil, 6 horas e 05 minutos aos alunos do ensino

fundamental, 1 hora e 25 minutos aos jovens do ensino médio e, ainda, 3 horas e 30 minutos aos professores e jovens e adultos. Foi neste momento que a televisão surgiu como uma nova ferramenta para ajudar os professores em suas aulas (DUCCINI, 2014, p.147-148).

A partir da segunda metade da década de 1960, há uma aceleração no processo de institucionalização da TV educativa em todo mundo ocidental. A expansão das transmissões televisivas, o aumento do número de telespectadores, as alterações nos padrões tecnológicos – como o surgimento do videoteipe, as transmissões via satélite e uma melhor qualidade de imagem e som – estão entre os fatores que possibilitaram que as ambições das primeiras décadas da televisão começassem a se concretizar. Uma das marcas dos debates deste período era “de que a televisão seria a tábua de salvação da educação” (LIMA, 2008, p.32).

A UNESCO, que, como vimos, já estava preocupada com o assunto desde a década anterior, incluiu definitivamente o tema em sua pauta. Em sua Conferência Geral, em 1960, diplomatas e técnicos educacionais reconheceram a impossibilidade de suprimir o analfabetismo mundial somente com o emprego dos meios tradicionais de ensino e cogitaram a utilização de satélites para a educação. As ações mais práticas começaram na segunda metade da década, com a formação de um grupo de trabalho na ONU, em 1968, encarregado de estudar as possibilidades técnicas das emissões diretas via satélite. Dentro da UNESCO, as discussões se prolongaram com reuniões periódicas entre o final da década de 1960 e início dos anos 1970. Na 17ª Conferência Geral, realizada em 1972, houve uma declaração de incentivo à utilização dos satélites pelos países membros da UNESCO. Em 1975, por exemplo, o organismo entregou estudos de caso para Índia, Paquistão, Brasil e outros países da América do Sul e da África interessados em implantar a tecnologia (BRITTO, 1981, p.5-10).

Na Inglaterra, surgiu, a partir de 1969, a *Open University*. Fruto da permanente proximidade entre os setores do mundo cultural britânico com a televisão, no caso a BBC. A *Open University* desempenhou um papel fundamental na difusão dos conteúdos; foi uma das iniciativas pioneiras de universidade aberta no mundo e a mais influente em outros países (JEANNENEY, 1996, p.246-247). Em 1971, teve sua primeira turma de graduação matriculada, atingindo a marca de cem mil alunos graduados em 1989. Pouco tempo depois, surgiram outras universidades abertas. Em 1984, no Japão, surgiu a Universidade do Ar, modelada como

Universidade Aberta e utilizando o segundo canal educativo, NHK. Em 1985, surgiu na Índia “a Universidade Aberta Nacional Indira Gandhi” e a “Universidade Aberta de Israel, junto com as chamadas ‘megauniversidades’ abertas na Tailândia e na China” (BRIGGS & BURKE, 2006, p.309).

Para além das distinções até aqui explicitadas entre o modelo comercial brasileiro e o modelo público francês, há um outro elemento que distancia as experiências dos dois campos televisivos, trata-se do papel da censura. A partir de 13 de dezembro de 1968, com a promulgação do Ato Institucional nº 5 e com Decreto-Lei nº 1.077/70, que autorizava a censura prévia, o dispositivo da censura foi amplamente utilizado pelos governos militares no Brasil. A censura afetou não somente a televisão, mas fez parte integrante dos outros meios de comunicação no Brasil, sendo capaz, inclusive, de gerar estruturas de autocensura dentro das próprias empresas de comunicação.¹⁵

A década de 1970 é o momento de consolidação da televisão como eficiente meio de comunicação. Esse movimento estava expresso no aumento significativo do número de aparelhos televisores comercializados. Em 1975, 84,7% dos lares franceses estavam equipados com um aparelho televisor; no Brasil, em 1978, o total de aparelhos televisores era de 14.825.000 (JEANNENEY, 2001, p.734; MATTOS, 2010, p.220). Na França, o início do ano de 1974 ficou marcado pelo lançamento do terceiro canal público, o que abriu um debate sobre a necessidade de pesados investimentos no setor, em um contexto da crise do petróleo que pressionou os índices inflacionários e aumentou os custos de operação, sem que a *redevance* acompanhasse o mesmo ritmo. Neste sentido, a década de 1970 foi marcada por movimentos de reestruturação do serviço público e o início das discussões que abriram o caminho para a quebra futura do monopólio público no setor. Após muita discussão, no início do mês de julho de 1974, o primeiro-ministro Jacques Chirac anunciou o fim da ORTF e o desmembramento das três emissoras, seguido da criação de sociedades públicas. Seria, então, o início oficial da concorrência entre as emissoras, ainda que sem a quebra do monopólio público (SAUVAGE; VEYRAT-MASSON, 2012, p. 139-141). A decomposição da ORTF originou sete instituições autônomas: três emissoras nacionais; um organismo para fomento à produção, a *Société Française de Production*; uma instituição para guarda e preservação do

¹⁵ Para compreender a censura durante a Ditadura Militar brasileira ver: KUSHINIR, Beatriz. **Cães de guarda: jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988**. São Paulo: Boitempo, 2004.

acervo audiovisual, o *Institut National de l'Audiovisuel*; e *Télédiffusion de France* e *Radio France* (VALENTE, 2008, p.158).

Um novo espírito de concorrência pairou sobre a paisagem audiovisual francesa. A “primeira atitude das três emissoras públicas, depois do rompimento” com a ORTF foi a “adoção de um nome, que não fosse um simples número” e uma logomarca, capaz de conferir identidade (JOST, 2007, p.51). Surgia assim, a *Télévision Française 1* (TF1), a *Antenne 2* (A2) e a *France Régions 3* (FR3), as únicas emissoras existentes na paisagem audiovisual francesa até meados da década de 1980.

Os debates sobre o fim do monopólio público na radiodifusão francesa eram acompanhados de perto pelos órgãos de imprensa, já que a chegada de emissoras comerciais poderia alterar drasticamente o equilíbrio das receitas publicitárias, impactando negativamente a *presse française* (SAUVAGE; VEYRAT-MASSON, 2012, p. 141).

Foi também durante a década de 1970 que o Brasil se tornou “antelado”, impulsionado pelas políticas de comunicação do regime militar, as quais garantiram a infraestrutura necessária para a expansão do meio em todo o território nacional e pela consolidação da Rede Globo como produtora de conteúdos de entretenimento (telenovelas) e de informação (telejornais). Ao longo de todo esse período, apesar do surgimento de emissoras educativas, as políticas do regime militar para o setor não privilegiaram a constituição de uma ampla e forte TV pública, como existia em muitos países da Europa; ao contrário, fizeram com que a recém-criada TV Globo, de propriedade de Roberto Marinho, fosse a mais beneficiada, direta ou indiretamente, pelos investimentos oficiais na infraestrutura das telecomunicações (ORTIZ, 2001, p.155). E ainda que o biógrafo oficial de Roberto Marinho, Pedro Bial, afirme que houve apenas uma “eventual identidade de interesses” (BIAL, 2004, p.180). Fato é que todos esses elementos, somados a outros benefícios indiretos concedidos pelo governo militar, transformariam a Rede Globo, ainda na década de 1970, na maior e mais bem equipada emissora de televisão do país. No desenrolar dessa disputa, a Rede Globo observou seus principais adversários sucumbirem às crises econômicas e políticas, caso da Excelsior e da TV Tupi. “A Globo impôs o modelo brasileiro de televisão: aquele que informa, entretém, e acima de tudo pacifica onde há tensões e une onde há desigualdades” (BUCCI, 2004, p.223).

Em termos de televisão educativa, houve uma significativa expansão, com a criação de inúmeras emissoras em todo o território nacional. Os estados contemplados foram Pernambuco (1967), Rio de Janeiro (1967), São Paulo (1967), Maranhão (1969), Amazonas (1971), Rio Grande do Norte (1972), Ceará (1973), Rio Grande do Sul (1973) e Espírito Santo (1974). Em alguns casos, esses canais existiam sob a tutela de secretarias de estado e, em outros, graças à ação de universidades, como ocorria com a pernambucana e pioneira TV Universitária (TVU).

Todavia, a maioria dessas emissoras públicas sofreu com a falta de planejamento e articulação de suas ações. A exceção seria a TV Cultura. Comprada pelo governador de São Paulo Abreu Sodré, em 1967, do condomínio Diários Associados, de Assis Chateaubriand, a TV Cultura, gerida pela Fundação Padre Anchieta (FPA), tornou-se a principal emissora educativa brasileira. E, apesar do pioneirismo da TVU, foi com a TV Cultura que um espaço de produção sistemática de programas educativos começou a surgir, o que teve como resultado a difusão de práticas até então não empregadas por outros agentes do campo televisivo. Com uma programação cultural-educativa, a emissora paulista destacou-se e, dentro de pouco tempo, havia se tornado responsável pela produção de atrações que seriam retransmitidas para todo o Brasil por outras emissoras educativas (BARROS FILHO, 2011).

Mas, apesar das novas emissoras e do destaque da TV Cultura, o espaço dos conteúdos educativos na TV brasileira seguia restrito. A alteração parcial desse quadro ocorreu no final dos anos 1970, com a criação do *Telecurso 2º Grau*. O programa, produzido a partir de 1977 pela então recém-inaugurada Fundação Roberto Marinho (FRM), em parceria com a FPA, passou a ser veiculado pela Rede Globo em todo o território nacional, a partir de 1978. O *Telecurso 2º Grau* foi um passo decisivo para assegurar aos conteúdos educativos um espaço um pouco maior dentro da produção televisiva, além de se tornar um paradigma à produção de programas educativos e um dos elementos de legitimação política da emissora de Roberto Marinho durante a Ditadura Militar (OLIVEIRA, 2011).

No Brasil, todas as emissoras privadas deveriam veicular programação educativa, mas o que deveria funcionar como uma espécie de contrapartida da empresa privada concessionária, que explora o espaço eletromagnético e presta um serviço público, acabou com outros contornos. E tal obrigatoriedade não deveria se confundir “com as funções educativas que a Globo acabou assumindo também, ao

longo da história, em parceria com o sistema público estatal e outros sócios institucionais privados” (BOLAÑO, 2005, p.29).

Em outras partes do mundo, a TV educativa também avançava. Nos Estados Unidos, por exemplo, em 1967, sob a administração do presidente democrata Lyndon Johnson, o Congresso, após diversas tentativas frustradas, consentiu em votar o *Public Broadcasting Act* que instituiu uma rede de televisão pública com financiamento do governo federal. Dois anos depois, era criada a *Corporation for Public Broadcasting* (CPB), que se destinava a repartir o subsídio previsto para o setor. Tais iniciativas resultaram na criação da *Public Broadcasting Service* (PBS), ainda em 1969 (JEANNENEY, 1996, p.244-245).

A PBS não é uma emissora com produção própria, nos moldes tradicionais. Trata-se de uma “espécie de associação”, na qual as emissoras públicas se afiliam, mas ao contrário “de uma rede comercial, que a afiliada apenas tem o poder do veto ou aprovação, a rede da PBS tem uma lógica invertida, a afiliada é como uma sócia, ela sustenta e participa mais ativamente na definição da rede, juntamente com as outras emissoras-membro”. A partir dessa organização institucional, a PBS “foi concebida para distribuir programas enquanto a CPB seria a entidade que proveria os recursos e decidiria em que programas ela investiria (SILVEIRA, 2002, p.80). A partir de 1980, com a eleição do republicano Ronald Reagan à presidência, os subsídios estatais à PBS diminuíram consideravelmente, situação que obrigou as emissoras educativas a recorrerem ao capital privado para a realização de suas produções. Essa disputa por verbas publicitárias com as redes comerciais acabou gerando inúmeras críticas de diversos segmentos da mídia e políticos que passaram a acusar a PBS de se descaracterizar de sua função educativa (JEANNENEY, 1996, p.245-246).

Outra experiência importante de TV educativa começou a ser desenvolvida no Canadá, a partir de 1970, com a criação do *Office de la télécommunication éducative de l'Ontario*. Inicialmente, o órgão produzia conteúdos educativos que eram veiculados pelas emissoras comerciais, mas dentro de pouco tempo iniciou suas transmissões próprias. A partir de 1974, a emissora passou a ser conhecida, informalmente, como *TVOntário* (TVO), nome que se tornou oficial a partir de 1980. A TVO produziu, a partir de 1984, a série educativa *Téléfrançais*, programa dedicado ao ensino da língua francesa para crianças canadenses que tinham o inglês como

língua materna.¹⁶ Em 1987, a TVO lançou uma versão francesa da emissora, batizada inicialmente de *La chaîne française*. Em 1994, a emissora passou a se chamar TFO e veicular conteúdos educativos e culturais em língua francesa para toda província de Ontário.

Mas mudanças no panorama político-econômico mundial, a partir de meados da década de 1970, afetariam os modelos televisivos europeus e trariam sérias consequências para as décadas subsequentes. As propostas de alguns governos de redução do “estado de bem estar social” construído no período pós-Guerra, acompanhado da desestruturação do bloco comunista – simbolizado na queda do Muro de Berlim e resultante no fim da União Soviética, – abriram o caminho para a consolidação do processo de neoliberalização sob a hegemonia dos EUA e de instituições financeiras, como o Banco Mundial e o Fundo Monetário Internacional (HARVEY, 2011, p.13).

No âmbito teórico, o neoliberalismo nasceu logo após a Segunda Guerra Mundial como “uma reação teórica e política veemente contra o Estado intervencionista e de bem-estar” (ANDERSON, 1995, p.9). Na prática, porém, as ideais dos economistas Friedrich Hayek e Milton Friedman só foram incorporadas às políticas econômicas governamentais a partir da década de 1970. O principal motivo dessa alteração de paradigma foi a crise de 1973, quando “o mundo capitalista avançado caiu numa longa e profunda recessão, combinando, pela primeira vez, baixas taxas de crescimento com altas taxas de inflação” (ANDERSON, 1995, p.10).

O primeiro país a adotar efetivamente as medidas neoliberais, foi o Chile sob o comando do general Augusto Pinochet – que alcançou o poder, no dia 11 de setembro de 1973, após um golpe de estado que depôs o presidente democraticamente eleito Salvador Allende. No país andino tais ações tiveram uma forte influência da vertente neoliberal estadunidense, representada pelos especialistas da Escola de Chicago. Os “Estados Unidos tinham financiado o treinamento de economistas chilenos na Universidade de Chicago desde os anos 1950 como parte de um programa da Guerra Fria destinado a neutralizar tendências esquerdistas na América Latina”. Os “economistas treinados em Chicago vieram a obter o predomínio na Universidade Católica, entidade privada, de Santiago”. E o general “Pinochet levou esses economistas para o governo, onde seu primeiro

¹⁶ Alguns episódios da série estão disponíveis on-line: <https://www.youtube.com/watch?v=rBSfIK1FTSY> Acesso realizado em 13/10/2016.

trabalho foi renegociar empréstimos com o Fundo Monetário Internacional” (HARVEY, 2011, p.18).

Na Europa, a Inglaterra foi o primeiro “país de capitalismo avançado publicamente empenhado em pôr em prática o programa neoliberal” (ANDERSON, 1995, p.11). No campo da radiodifusão, a ascensão da primeira-ministra Margaret Thatcher, em maio de 1979, assegurou uma maior desregulamentação do setor comercial e possibilitou o início de um longo processo de discussão sobre o papel da BBC. Mas, apesar das inúmeras pressões governistas, o financiamento público da emissora foi mantido (LEAL FILHO, 1997, p.53).

No campo da televisão educativa, a Inglaterra desenvolvia outras experiências para além da consagrada *Open University*, sendo a criação do canal *Channel 4*, em 1982, um dos principais exemplos. Com a promulgação do *Broadcasting Act*, em 1993, a emissora foi completamente desmembrada da *Independent Television*, tornando-se o segundo canal comercial do Reino Unido (VALENTE, 2009, p.236). Durante os seus primeiros anos de existência, o *Channel 4* funcionou com financiamento oriundo das “rendas de publicidade de outras televisões”, ganhando alguns anos mais tarde “autonomia para vender seus anúncios”. Dada sua configuração, tornou-se um modelo único de “corporação pública financiada majoritariamente por publicidade”. Com o passar do tempo, consolidou-se “como *locus* de produção de alta qualidade e inovação” (VALENTE, 2009, p.237). A partir de 1986, o governo Thatcher introduziu “cotas de produção independente” com o objetivo de estimular que todas as emissoras recorressem aos produtores independente. Até esse período, o *Channel 4* “era o único canal a utilizar esse tipo de produção”. Por este, e por outros motivos, o *Channel 4* foi criado como uma experiência singular, uma emissora “que não tinha nenhuma capacidade de produção interna”, devendo sempre recorrer à produção externa para montar a sua grade. “Essa decisão criou o setor de produção independente do Reino Unido” (CHAMPETIER & FONNET, 2010, p.10).

A década de 1980 foi marcada por novas legislações em diversos países europeus que buscaram legalizar a exploração comercial da televisão, prática recorrente nos Estados Unidos e América Latina. Essa mudança na política pública esteve intimamente relacionada com a chegada ao poder de novos governos na Grã-Bretanha (1979), na França (1982), na Espanha (1982), na Alemanha (1983) e na Itália (1982). Governos que apesar de matrizes político-ideológicas distintas,

tiveram em comum o fato de autorizarem o funcionamento da televisão comercial em seus países (BOURDON, 2011, p.57).

Na França, a partir de década de 1980, houve uma alteração significativa no panorama da televisão. A quebra do monopólio público ocorreu justamente pelas mãos do presidente socialista François Mitterrand. No ano de 1982, foi promulgada a lei que permitia a outorga de frequências para particulares, pessoas ou empresas, medida que acompanhava um movimento de parte considerável da Europa, no qual as emissoras públicas passavam a receber a concorrência de redes privadas, além de se abrirem à publicidade, ainda que com regras rígidas (JEANNENEY, 1996a, p.256-257).

A mesma lei criou a *Haute Autorité*, órgão responsável por regular o setor, mas que dispunha de poucos meios para realizar essa função, e o Ministério das Comunicações, ocupado em assegurar prerrogativas, notadamente em relação à dotação orçamentária (SAUVAGE e VEYRAT-MASSON, 2012, p.166).

Alguns “autores sugerem que a palavra *desregulamentação* é mal adaptada para descrever a mudança” ocorrida na década de 1980, pois “não havia menos regras, mas sim regras de natureza nova”. De todo modo, o fato é que “os governos europeus adotaram uma nova concepção de televisão”, então vinculada diretamente a “uma nova percepção do papel do Estado” (BOURDON, 2011, p.55).

Na França, três canais privados foram criados em 1985: o *Canal Plus*, *Cinq* e *TV 6*. A criação dessas emissoras comerciais e as readequações das emissoras públicas aproximaram um pouco mais a realidade da televisão francesa da televisão brasileira. Esse processo teve repercussão na imprensa brasileira. Matéria do *Jornal do Brasil* destacava a realização de uma exposição sobre a TV brasileira que seria realizada no Centro Georges Pompidou, em Paris, entre 21 de janeiro e 03 de fevereiro de 1985, na qual seriam apresentadas 70 horas de programação. De acordo com o artigo:

[...] o festival cai como uma luva na França de agora. A camisa-de-força do monopólio estatal, que a televisão francesa tem vivido desde seus primórdios, começa a enfrentar contestações de todos os lados. O recente Canal Plus, quarta estação transmissora, não está bastando como resposta à necessidade de abertura no sentido de uma privatização maior do setor.¹⁷

¹⁷ *Jornal do Brasil*, “A TV brasileira na França”, Rio de Janeiro, 20 de janeiro de 1985

E de fato, essa maior abertura foi buscada pelo novo governo francês. Em seu discurso inaugural como primeiro-ministro, em 11 de abril de 1986, Jacques Chirac anunciou a pretensão de reformar o audiovisual francês. A intenção tornou-se realidade quase seis meses depois, com a aprovação da lei relativa à liberdade de comunicação, conhecida como “Lei Léotard”, publicada em 30 de setembro de 1986. Entre as principais modificações da nova legislação estava: a substituição da *Haute Autorité* pela *Commission nationale de la communication et des libertés* (CNCL); a redistribuição das concessões da quinta e sexta frequência; e a privatização da emissora pública TF1, situação inédita e sem paralelo em outros países (SAUVAGE & VEYRAT-MASSON, 2012, p.199).

A decisão pela privatização foi anunciada ainda durante a campanha legislativa, inicialmente os setores mais liberais pressionavam pela privatização de dois canais, posição que foi contornada, ainda assim, por meses, permaneceu a incógnita sobre qual das três emissoras públicas seria privatizada. A decisão final veio do ministério das finanças, após a equipe do então ministro Édouard Balladur, indicar que a única emissora que apresentaria melhores garantias aos potenciais compradores e investidores era a TF1 (SAUVAGE & VEYRAT-MASSON, 2012, p.199).

Após as mudanças realizadas durante a coabitação¹⁸ Mitterrand/Chirac, o socialista foi reeleito presidente em maio de 1988, e seu novo primeiro-ministro, Michel Rocard, possuía uma maioria relativa, mas reformas mais polêmicas, como a do audiovisual, necessitariam de alianças e, de tais acordos, surgiu a necessidade de substituição da CNCL, criada em 1986 após a extinção da *Haute Autorité*. O caminho estava aberto para a criação de um novo órgão. E foi a Lei de 17 de janeiro de 1989 que criou o *Conseil Supérieure de l’Audiovisuel* (CSA). A instituição teria a atribuição de fiscalizar as emissoras públicas e particulares a cumprirem os objetivos da radiodifusão e a regulamentação sobre a publicidade. As sanções para as emissoras que descumprissem o ordenamento jurídico, sobretudo o que estava expresso na Lei de Liberdade da Comunicação de 1986, variavam entre uma

¹⁸ Período político caracterizado pela existência simultânea do presidente da República e o primeiro-Ministro de partidos distintos/opostos. De acordo com o *Dictionnaire historique de la vie politique française au XXe siècle*: “O presidente da República deve considerar a composição da Assembleia Nacional e escolher um primeiro-Ministro que seja aceito por ela, e o primeiro-ministro deve em troca respeitar a função presidencial” (SIRINELLI, 1995, p.253).

simples advertência, passando por multas e, em último caso, pela retirada da concessão (SAUVAGE; VEYRAT-MASSON, 2012, p.212-214).

O CSA era composto por 9 membros, indicados pelos presidentes da República, do Senado e da Assembleia Nacional. Para a primeira composição, o socialista Laurent Fabius, presidente da Assembleia Nacional, indicou Bertrand Labruse, Monique Augé-Lafon e Igor Barrère. Já Alain Poher, presidente do Senado desde 1968, indicou Daisy de Galard, Francis Balle e Roland Faure. E, por fim, o presidente Mitterrand escolheu Geneviève Guicheney, Roger Burnel e Jacques Boutet: este último assumiu a cadeira de presidente do CSA. Jacques Boutet, que era um homem de confiança de Mitterrand, teve uma breve passagem pela TF1 no início dos anos 1980 e, após uma saída contestada, ocupou altos cargos públicos – primeiro no Quai d’Orsay e depois no Conselho de Estado. A indicação de um alguém do alto escalão do governo tinha por objetivo “evitar conflitos e assegurar a discrição”, limitando a influência do CSA. Jacques Boutet comandou o CSA com um estilo centralizador e costumava declarar: “Eu não sou uma estrela, sou um funcionário”, num claro contraponto ao estilo demasiadamente midiático da antiga presidenta da extinta CNCL, Michèlle Cotta (BOURDON, 1994, p.288-292).

Tal qual em outras partes do mundo, os anos 1980 no Brasil também ficaram marcados por alterações significativas no campo televisivo. No início da década, a falência da pioneira TV Tupi e a cassação de sua concessão pelo regime militar abriu espaço para uma reorganização do campo televisivo brasileiro. Dessa reconfiguração, nasceram o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), de propriedade do animador e empresário Silvio Santos, e a TV Manchete, do grupo editorial Bloch (MATTOS, 2010, p.121). O final da década ainda ficou marcado pelo ressurgimento da Rede Record, adquirida pelo bispo da Igreja Universal do Reino de Deus, Edir Macedo.

Tais modificações eram acompanhadas por uma condição político-econômica de fragilidade e agitação. O país vivenciou, durante esse período, um amplo movimento de busca pela “construção da democracia”, com as mobilizações pelas *Diretas Já*, o fim do regime militar, a instalação de uma Assembleia Constituinte, a promulgação da então denominada Constituição Cidadã e a primeira eleição presidencial direta. Tudo isso num cenário de recessão econômica e hiperinflação, problemas que “afligiam o grosso da população” e que o processo de “democratização não resolveria automaticamente” (CARVALHO, 2010, p.203).

Como se pode observar, não foram poucas as experiências educativas com o uso da televisão a partir da década de 1960. Pelo contrário, assistiu-se a uma expansão dos projetos e a consolidação de muitos deles, o que colaborou para um processo amplo de institucionalização. Usar a televisão como possibilidade educativa entrou na ordem do dia. Mas as mudanças político-econômicas que marcaram a década de 1980 no mundo colocariam um freio em algumas experiências. O período seguinte que se anunciava carecia de uma renovação. Uma televisão não resolveria os problemas educativos sozinha, mas seria mais um elemento, juntamente com o computador, que poderia trazer resultados mais profundos e efetivos.

Em suma, durante as quatro primeiras décadas de existência da televisão francesa, apesar das mais diversas iniciativas em programas educativos – como a reserva de determinados horários diurnos para a exibição de programas ligados ao *Centre National de Documentation Pédagogique* (CNDP) e as ações da *Rádio Television Scolaire* –, não houve a criação, de uma emissora exclusivamente educativa, como ocorreu no Brasil. O monopólio público da radiodifusão até início dos anos 1980 colaborou para que a educação fosse admitida como uma missão dos canais generalistas, em maior equilíbrio com a informação e o entretenimento. Porém, as drásticas mudanças na paisagem audiovisual francesa, durante a década de 1980, e seus impactos negativos na crítica e no público, em termos de qualidade de programação, incentivaram uma inflexão nesse processo em meados dos anos 1990. A partir de então, a televisão pública francesa tornou-se objeto de uma capitalização por parte do Estado, o que teria mais o sentido de evitar um naufrágio total do setor do que com a pretensão de reassumir o seu antigo posto (BOURDON, 2011, p.72). Fato é que todas as modificações ocorridas abriram um espaço para um capítulo até então inédito na *télé française*: a criação de canais culturais e educativos.

O processo de constituição histórica dos campos televisivos francês e brasileiro foi permeado por diversas experiências em matéria de televisão educativa. Tais experiências ocorreram de forma, muitas vezes, isolada e com um caráter incipiente, mas, em essência, já indicavam alguns dos princípios norteadores que constituíram esse espaço de experiência. No caso francês, destaca-se a presença do Estado, por meio do ministério da Educação, desde as primeiras experiências, sempre demonstrando uma preocupação política com os usos educativos do meio.

No caso brasileiro, uma primeira tentativa exclusiva do poder público, rapidamente frustrada, deu lugar a diversas experiências efetivas, que passariam a funcionar a partir de parcerias estratégicas entre o poder público e a iniciativa privada, com destaque para o *Telecurso 2º Grau*.

Buscamos, no percurso até aqui realizado, remontar, de forma comparativa, as linhas gerais do processo histórico de constituição dos campos televisivos francês e brasileiro e o espaço das primeiras experiências educativas na televisão. Mas, para aprofundarmos a análise e melhor compreendermos o feixe de relações que tornou possível a existência da *La Cinquième* e do Canal Futura, trataremos, a partir de agora, de identificar os principais agentes e suas disputas em seus respectivos campos televisivos durante os anos 1990.

1.2 A TV na França e no Brasil na década de 1990

Tanto na França quanto no Brasil os anos de 1990 foram marcados por significativas mudanças. No plano político, a França acabara de vivenciar seu primeiro período de coabitação entre partidos de esquerda e de direita no governo, com a dupla Mitterrand/Chirac. No Brasil, ainda se sentia o impacto da recém-promulgada Constituição Cidadã que reorganizava politicamente um país que havia deixado para trás uma Ditadura Militar e estava reaprendendo a caminhar pelas trilhas da democracia.

No plano econômico, a Queda do Muro de Berlim e a dissolução da URSS impõe um novo modelo de desenvolvimento, pautado na reorganização das relações de trabalho e na abertura ao livre comércio. A França viveu ainda na década de 1980 seu período de desestatização, com a privatização de inúmeras companhias nacionais. Modificações que impactaram diretamente à política de comunicação, o espaço e a programação das emissoras dos dois países. Nesse sentido, na década de 1990 se assistiu às alterações nos campos televisivo francês e brasileiros.

Na França esse quadro de modificações tem seu marco fundamental com a falência da emissora comercial *La Cinq*. O país vivenciou uma multiplicidade de reformas durante a década de 1990 que buscava responder às novas demandas do audiovisual. A disputa entre os setores públicos e comerciais ganhou novos contornos. Em termos legais, até metade da década houve uma manutenção do marco regulatório estabelecido em 1986, com a lei de Liberdade de Comunicação,

inclusive com a manutenção do CSA como o principal órgão fiscalizador das emissoras.

Somente a partir da segunda metade dos anos 1990 ganhou força a discussão de um novo marco legal. A nova reforma do audiovisual cuidou de aspectos relacionados ao financiamento das emissoras públicas, a veiculação de propaganda nas emissoras comerciais e deu um novo formato a diversos organismos. No dia 7 de setembro de 1992, *Antenne 2* e *France Régions 3*, passam a se chamar *France 2* e *France 3*, respectivamente. Ficando sob uma mesma presidência comandada pela *France Télévision*. No início do ano 2000, há uma nova alteração e a formação da *holding France Télévisions*, no plural, que encampou a *La Cinqième*, rebatizada, em 2002, como *France 5*.

No Brasil, a política de comunicação foi marcada por intensas alterações regulatórias, no decorrer dos anos 1990. Mas as mudanças começaram um pouco antes. Na noite de 05 de outubro de 1988, o *Jornal Nacional*, da Rede Globo, conduzido pelos apresentadores Alexandre Freitas e Cid Moreira, narrou para todo o Brasil os bastidores da promulgação da Constituição Federal, fato que havia ocorrido na tarde daquela quinta-feira. Foram levadas ao ar inúmeras reportagens sobre o tema; era o encerramento do período de Assembleia Constituinte, quando os mais diversos temas foram debatidos pelos deputados, sob o olhar atento de parcela da população brasileira.¹⁹

A promulgação da Constituição Federal trouxe mudanças nas mais diversas áreas, o que engloba o setor de Comunicação Social. Porém, manteve-se como principal elemento normativo do setor o Código Brasileiro de Telecomunicações, o CBT, que data de 1962. O processo de elaboração do CBT, em 1962, foi cercado de disputas e interesses de agentes públicos e privados. Foi nesse período que nasceu a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV (ABERT), e, com isso, políticos e empresários conseguiram aprovar um Código que trouxesse uma ampla liberdade de atuação aos concessionários.

Como vimos, de 1962 a 1988, muita coisa se transformou no campo televisivo brasileiro. Houve uma intensa multiplicação de emissoras, a expansão do número de lares que possuíam televisores e a diversificação em termos de programação. Mas o

¹⁹ Trecho do programa disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=sOxmc_uw19U Acesso realizado em 20 de junho de 2017.

que permaneceu em comum entre os dois momentos foi a prioridade dada à iniciativa privada na condução dos principais canais de televisão no Brasil.

A partir da vigência da Constituição de 1988, associações ou grupos pró-democratização do universo da comunicação social – muitos dos quais haviam agido pela causa quando da Assembleia Constituinte –, esperavam a regulamentação dos artigos constitucionais, fato que não ocorreu, sobretudo por estarem em desacordo com a onda de desregulamentação em setores da administração pública promovida pelo Estado. Naquele quadro, os grupos e associações favoráveis à democratização dos meios de comunicação passaram a realizar, mais firme e amplamente, discussões sobre o tema, tocando em pontos sensíveis que pouco interessavam aos empresários do setor.

Em 1989, a população brasileira foi às urnas para escolher o novo presidente da República, após quase três décadas sem tal pleito. Fernando Collor de Mello, eleito pelo inexpressivo Partido da Reconstrução Nacional, assumiu a Presidência “embalado pela legitimidade do mandato popular”. E “adotou de início medidas radicais e ambiciosas para acabar com a inflação, reduzir o número de funcionários públicos, vender empresas estatais, abrir a economia ao mercado externo”. Em sua reforma administrativa, reduziu o número de ministérios. Dentre aqueles que perderam tal *status* no organograma do Executivo federal estava o das Comunicações, transformado em Secretaria Nacional, dentro da pasta de Infraestrutura. Ao cabo, as eleições diretas de 1989, esperadas como a “salvação nacional”, redundaram na escolha de um “presidente despreparado, autoritário, messiânico e sem apoio político no Congresso” (CARVALHO, 2010, p.204).

Ao longo desse breve período “ocorreu um processo de ampliação da democracia, que se expressou na constituição de espaços públicos e aumento da participação da sociedade civil nas discussões e resoluções vinculadas com as questões públicas e políticas públicas”. Porém, com a “chegada de Collor de Mello ao poder, no âmbito de implementação do neoliberalismo emerge um projeto de Estado mínimo cuja tendência era transferir suas responsabilidades sociais para a sociedade civil” (BRANDÃO, 2014, p.5).

Quase uma década após as grandes manifestações pelas *Diretas Já* a população se viu obrigada a tomar às ruas novamente, mas dessa vez para pedir o impeachment do presidente Fernando Collor. Os cara-pintadas ganharam às ruas e conseqüentemente os meios de comunicação, das páginas da imprensa ao *Jornal*

Nacional. “Ao fim do processo, as mobilizações populares acabaram sendo decisivas para efetivar o impeachment” (SILVA, 2009, p.79).

O mandato de Itamar Franco, vice de Collor, abriu um período de estabilidade da moeda e controle da inflação, com o Plano Real, mantido por Fernando Henrique Cardoso, a partir de 1995, mas não sem custos sociais. Com o início da implantação de políticas de cunho neoliberal, surgiu um espaço para projeção do mercado nacional. Aliou-se a isso uma maior fragmentação do consumo e a presença de grupos estrangeiros, o que obrigou as tradicionais organizações empresariais nacionais reordenarem seus negócios, fazendo alianças e partindo para novos nichos (BRITTOS & SIMÕES, 2010, p.220).

O projeto de “liberalização econômica”, implantado pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, “tinha como carro-chefe as grandes privatizações de empresas públicas”. Tratava-se, de “um aprofundamento da agenda” iniciada pelo então presidente Collor no início dos anos 1990. “Em nome da modernidade e da eficiência econômica, as privatizações garantiram a transferência do controle de grande parte do patrimônio público – empresas como Embratel, Vale do Rio Doce, Embraer – para mãos privadas (CAMARGO, 2008, p.276).

Nesse mesmo período, também ocorreram diversas modificações no âmbito das telecomunicações no Brasil. A primeira delas foi a Lei 8.977/95, conhecida como Lei do Cabo, regulamentando o novo formato de TV. O serviço era explorado por meio de concessão por uma operadora, encarregada de distribuir os sinais televisivos próprios ou de terceiros (BRITTOS, 2000, p.169). A Lei do Cabo foi essencial para o surgimento de novas emissoras de “interesse público”. Foram criados seis tipos de canais, contemplando: a Câmara dos Deputados; o Senado; as Câmaras de Vereadores; as Universidades, além de canais educativo-culturais comunitários (BRANDÃO, 2014, p.56). Todavia, a principal modificação ocorrida foi iniciada com a Emenda Constitucional nº 8, aprovada em 15 de agosto de 1995, que quebrou o monopólio estatal das telecomunicações, abrindo o caminho para as privatizações do setor. Esse novo cenário foi regulamentado pela Lei 9.472, de 16 de julho de 1997, denominada como Lei Geral das Telecomunicações. Entre as novidades, estava o surgimento da Agência Nacional de Telecomunicações, a ANATEL, órgão responsável por fiscalizar o trabalho das operadoras de telefonia (LIMA, 2004, p.120).

Apesar das grandes alterações no modelo de negócios das telecomunicações, e das modificações ocorridas com a inserção da TV a cabo, o governo Fernando Henrique Cardoso não mexeu “na TV de massa, na radiodifusão, âncora do poder econômico, político e simbólico das oligarquias nacionais e locais (BOLAÑO, 2005, p.23). E “apesar de aprovar o Decreto de nº 1720/95, que estendia à radiodifusão as exigências previstas pela Lei das Licitações e Contratos, dispensava-se, mais uma vez, as tevês educativas desse processo de licitação. Ainda no governo de Fernando Henrique Cardoso, constatou-se a autorização de mais de 350 concessionárias de tevês educativas sem licitação. Dessas concessões ao menos 30 foram para políticos” (BOTIN, 2016, p.73).

França e Brasil chegam a década de 1990 com um quadro televisivo muito mais próximo do que quando de seu surgimento. Porém ainda havia uma diferença significativa maior entre a hegemonia das emissoras comerciais no campo televisivo brasileiro, notadamente a Rede Globo, enquanto que do lado francês, mesmo com a quebra do monopólio público, ainda restavam duas emissoras públicas fortes que, posteriormente, ganhariam a companhia de outras duas, *ARTE* e *La Cinqième*, em substituição a *La Cinq*, que levou suas últimas imagens ao ar no dia 12 de abril de 1992.

Reunidos ao vivo em um estúdio, os funcionários da *La Cinq* se despediram de seus telespectadores com uma contagem regressiva, sucedida por uma breve animação – um eclipse com fundo musical fúnebre – uma última frase em letras garrafais: “*La Cinq* lamenta por esta interrupção definitiva da imagem e do som”.²⁰ Apesar da metáfora escolhida para o ato final, não haveria retorno possível para a *La Cinq*, que desapareceu precocemente do campo televisivo francês.

A *La Cinq* surgiu nos anos 1980, fruto direto da quebra do monopólio público. Inaugurada no dia 20 de fevereiro de 1986, com Jérôme Seydoux na presidência e Silvio Berlusconi como vice, a emissora veiculava atrações simultâneas do *Canale Cinque*, também de propriedade do magnata italiano, como filmes, músicas e *game-show*. Mas, com a chegada de Jacques Chirac ao posto de primeiro-ministro e a criação da CNCL, houve a redistribuição das autorizações, o que não parece ter sido problema para Berlusconi, que se aliou a Robert Hersant. O trabalho na *La Cinq*

²⁰ Vídeo disponibilizado em <http://www.ina.fr/contenus-editoriaux/articles-editoriaux/la-cinquieme-la-chaine-de-la-connaissance/> Acesso em 27 de julho de 2016. “*La Cinq vous prie de l’excuser pour cette interruption définitive de l’image et du son*”

recomeçou, dessa vez com Hersant à frente da emissora e Berlusconi novamente como vice-presidente. Entre os executivos, estavam Philippe Ramond, diretor delegado, Patrice Duhamel, diretor de informação, e Carlos Freccero, diretor de programação. O objetivo era concorrer com a recém-privatizada TF1, e a estratégia passou pela contratação dos principais apresentadores dessa emissora. Porém, com dificuldades de audiência os apresentadores acabaram deixando a *La Cinq*, que começou a dedicar a sua grade à ficção e à informação. Mas, nessa nova fase, o canal começou a descumprir diversas recomendações do CSA: no que concerne à publicidade, exibia mais minutos de propaganda do que o permitido; na ficção, não respeitava a cota de veiculação de produções europeias e francesas. Havia, também, uma forte tensão entre os acionistas, o que culminou com a saída de Jérôme Seydoux. Seu espaço foi ocupado pela Hachette, que ampliou sua participação acionária. Inaugurou-se, então, aquela que viria a ser a última fase da *La Cinq*. Berlusconi manteve-se na vice-presidência da emissora, que passou a ser comandada por Yves Sabouret; Pascal Josèphe assumiu a direção-geral e Jean Mino a direção de programação. Uma nova grade de programação foi anunciada no dia 02 de abril de 1991, com mais de 20 programas novos. A *La Cinq* buscava, a partir de então, se tornar um “canal generalista, familiar, sofisticado, e destinado a tornar-se o primeiro”. Mas a audiência tão esperada não veio e, em pouco tempo, o grupo Hachette sentiu o peso financeiro da concorrência. Em dezembro de 1991, ainda houve uma última tentativa de reorganização, mas sem sucesso. O encerramento da *La Cinq* passava a ser questão de tempo. Nem mesmo a mobilização de seus funcionários conseguiu evitar o seu fechamento. E no dia 12 de abril de 1992 seus equipamentos foram desligados pela última vez (CHAUVEAU, 2001, p.197-202). Com o fim da *La Cinq*, o campo televisivo francês resumia-se a cinco emissoras, três comerciais – TF1, M6 e *Canal Plus* –, e duas públicas: *France 2* e *France 3*.

A história da TF1 iniciou-se em 1974, ainda como emissora pública, no momento de extinção da ORTF. Como sucessora oficial do primeiro canal, beneficiou-se de um público mais vasto que as concorrentes *Antenne 2* e *France Régions 3*, sobretudo por suas transmissões ainda serem realizadas em preto e branco, o que a tornava acessível a um número maior de aparelhos televisores em todos os lugares da França. Seu primeiro presidente, o sociólogo Jean Cazeneuve, buscou imprimir um estilo “novo, jovem e otimista”, um contraponto à imagem já

estabelecida da TF1 como a emissora da “continuidade e da tradição”, na qual o público poderia encontrar “uma grade de programação estável, sólida e reconfortante”. Seus telejornais, sob a direção de Henri Marque, contribuíram na construção dessa imagem de estabilidade, graças à adoção do apresentador único. O símbolo máximo era o âncora do jornal das 20 horas, Roger Gicquel. Com essa fórmula, o telejornalismo da emissora sentiu os efeitos da concorrência apenas no início dos anos 1980, quando foi obrigada a realizar uma reformulação no setor jornalístico (GROLLERON, 2001, p.169).

No momento dessas alterações, a presidência da emissora já estava sendo ocupada, desde 1978, pelo ex-diretor geral Jean-Louis Guillaud. Mas, a partir de 1981, como consequência da eleição do governo Mitterrand, uma alteração ainda mais drástica ocorreu no organograma da emissora. Jacques Boutet, “homem pouco familiarizado com o audiovisual”, foi nomeado presidente, acompanhado de André Harris, como diretor-geral. Sob o comando da nova direção, a grade de programação da emissora foi alterada significativamente, ruptura definitiva com a imagem de emissora “estável e sólida”. Jean-Marie Cavada foi um dos poucos a ser mantido em seu posto. A emissora passou a transmitir a série norte-americana *Dallas*, atraindo um bom público e causando polêmica entre os críticos, contrários à americanização da televisão. Outro destaque era o programa *Droit de réponse*, com a equipe do semanário satírico *Charlie Hebdo*. Porém, as novidades não foram suficientes para evitar a perda de 17 pontos na audiência (GROLLERON, 2001, p.170).

Mas a maior virada na história da TF1 ocorreu com o processo de privatização, anunciado em 1986 pelo governo de Jacques Chirac. Quando do anúncio, a emissora detinha uma audiência de 40% do público, plena saúde financeira, além de ser uma empresa rentável; assim não faltaram grupos econômicos dispostos a concorrer a vaga, entre eles *Hersant*, *Hachette* e *Havas*. Mas foi Bouygues que se tornou o acionista majoritário. Em 3 de julho de 1987, o presidente da emissora Francis Bouygues (apud GROLLERON, 2001, p.174) declarou: “Nós somos privados. Nós somos um canal comercial. Existem certas coisas que nós não desejamos mais fazer. Por exemplo, o cultural. Por exemplo, o político e os programas educativos”. A partir desta perspectiva, a emissora passou a se dedicar aos *game-shows*, aos programas de variedades e ao esporte. Há uma importação de formatos do continente americano, como as televentas, telenovelas e

reality-show. A partir de 1991, a TF1 passou a sofrer com a reabilitação das duas emissoras públicas reagrupadas na *France Télévision*, sob a presidência de Hervé Bourges (GROLLERON, 2001, p.173-175).

A M6 recebeu o direito de transmissão após o fracasso retumbante da TV6, emissora comercial anunciada às pressas por Mitterrand e que teve vida útil curta. A M6 ganhou sua concessão com a promessa de ser um canal de música. Sob a presidência de Jean Drucker, a direção-geral de Nicolas Tavernost e direção de programação de René Guilbert, essa proposta foi mantida, mas com a inclusão de programas de ficção durante o horário nobre. A partir da década de 1990, cresceu o número de programas dedicados ao público jovem, exibidos costumeiramente na primeira parte da noite, e de pequenos telejornais, com notícias nas janelas de programação. Entre 1987 e 1995, a emissora conquistou 16% da audiência. Por outro lado, foi acusada de ter uma grade de programação muito violenta, ônus da veiculação das séries norte-americanas. O fato é que a M6 soube se posicionar, fugindo da concorrência direta com a TF1 ou com as emissoras públicas, além de ter sido beneficiada com a falência da *La Cinq* (MARÉCHAL, p.205-207).

O *Canal Plus* foi a primeira emissora comercial francesa. Iniciativa de André Rousselet, do grupo *Havas*, e amigo de Mitterrand. Funciona como um canal *hertziano*, mas criptografado e pago. Dedicado aos filmes e esportes, teve um começo difícil; mas, passado o primeiro ano, o número de assinantes cresceu e a emissora se consolidou. Nos seus primeiros anos teve Pierre Lescure e Alain de Greef, criadores do programa *Enfants du Rock*, da *Antenne 2*, como diretor-geral e diretor de programação, respectivamente. Charles Biétry ocupou a direção de esportes e René Bonnell a direção de cinema (VEYRAT-MASSON & SAUVAGE, 2012, p.208).

Se a TF1 era a herdeira direta do primeiro canal e transformou-se posteriormente na principal emissora do setor comercial, do lado do serviço público ocorreu um movimento parecido com a *France 2*. Denominada anteriormente de *Antenne 2*, transmitindo a partir de 6 de janeiro de 1975, foi a legatária do segundo canal. No princípio de suas transmissões, a emissora possuía duas vantagens sobre as concorrentes. Em relação à TF1 tinha a vantagem da sedução do avanço tecnológico, pois transmitia todos os seus programas a cores. E sobre FR3 tinha a vantagem econômica de ser autorizada a receber verbas publicitárias. Assim, conseguiu ocupar em seus primeiros anos uma posição intermediária, entre a

tradição consolidada da TF1 e a especificidade regional da FR3 (GROLLERON, 2001, p.176).

O primeiro presidente da *Antenne 2* foi Marcel Jullian, “editor, roteirista de cinema e autor de filmes de televisão”. Esteve à frente da emissora entre os anos de 1975 e 1978, período marcado pelo domínio dos grandes produtores, tais como Armand Jammot e Claude Barma. Em termos de programação, uma das “principais inovações”, foi a utilização do horário vespertino, com a exibição do programa *Aujourd’hui madame* (GROLLERON, 2001, p.176-177). O programa criado, em maio de 1970, por Armand Jammot ainda nos tempos do segundo canal, prosseguiu sendo exibido pela *Antenne 2* até 1982. Primeiro programa do período da tarde da televisão francesa tinha uma hora de duração e era exibido a partir das 14h30. Entre o público-alvo estavam todas aquelas pessoas que por algum motivo tinham de ficar em casa: idosos, doentes e donas de casa. Era composto por reportagens, entrevistas e debates sobre temas variados.²¹ Já o programa *Apostrophes* constituiu-se como uma das principais marcas da emissora. Apresentado pelo jornalista Bernard Pivot, o programa dedicado ao mundo dos livros e da leitura foi veiculado entre os anos de 1975 e 1990 (BOURDON, 2011, p.132).

A partir de 1981, a *Antenne 2* passou a ser presidida por Pierre Desgraupes. Durante a sua gestão, o dirigente buscou implantar uma visão mais autônoma na produção, a grade de programação foi renovada, mas sem grandes mudanças capazes de afetar o hábito do telespectador. Após conseguir bons resultados, incluindo na disputa contra o telejornalismo da TF1, como vimos, a *Haute Autorité* o reconduz ao cargo, em 1982. No período seguinte, a *Antenne 2* se tornou a principal emissora francesa e a saída definitiva de Pierre Desgraupes, em 1984, e de grande parte de sua equipe marcou o fim de uma era no canal (GROLLERON, 2001, p.178-179).

A *France Régions 3* surgiu no dia 31 dezembro de 1972. Presidida por Claude Contamine até 1981, uma das estratégias para se diferenciar das concorrentes era apresentar as atrações principais de sua programação em horários diferentes daqueles costumeiramente utilizados pelas outras duas emissoras. A sua programação noturna, por exemplo, começava “mais cedo” e seus programas, quase todos nacionais, tinham uma duração média menor. Uma outra distinção era a

²¹ Trecho do programa disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=quFJGD5i0RY>. Acesso em 13 de janeiro de 2016.

publicidade, que, apesar de autorizada pelo governo desde 1968, não tinha espaço na emissora. Com o esfacelamento da ORTF, a FR3 tornou-se uma “sociedade nacional de programas”. Em 1978, Jean-Marie Cavada iniciou sua carreira no serviço público pela FR3, com o lançamento do programa *Soir 3* às 22 horas. Muito próximo do cinema e da “livre expressão”, a emissora passou por dificuldades na afirmação de uma identidade (SAUVAGE, 2001. p.183-4).

Somente a partir de 1982, a FR3 conseguiu se firmar como “um canal das regiões”. Com André Holleaux nomeado presidente e Serge Moati diretor geral, houve um crescimento vertiginoso dos programas regionais que saltaram de pouco menos de uma hora para três horas diárias. Tal expansão estava assegurada não somente pela determinação dos novos dirigentes, mas pelas inovações tecnológicas, sobretudo nas câmeras, que possibilitaram um ritmo mais ágil na produção das notícias (SAUVAGE, 2001. p.184).

No que se refere à programação, *Thalassa* foi responsável pela fama de “canal da descoberta” da FR3. O programa, lançado em 1975 por George Pernoud, teve uma “audiência modesta” antes de se tornar um sucesso, seguido desde 1992 por *Faut pas rever* (SAUVAGE, 2001, p.185).

A partir de 1992, a FR3 transformou-se em *France 3* “e viu nascer rivais nos diferentes domínios que conformam sua personalidade de emissora”. A M6 com seus programas locais, o *Canal Plus* com *I-télévision*, a TF1 com seu *13 heures*, *Vivendi* com suas emissoras de Lyon e Toulouse. “Mas também ARTE e *La Cinquième* pelos documentários” e os programas com foco na descoberta (SAUVAGE, 2001. p.186).

A partir do dia 07 de setembro de 1992, a aproximação das duas emissoras públicas se traduziu numa mudança de nome e visual. Sob a égide da *France Télévision*, *Antenne 2* e *France Régions 3* passaram a se chamar, respectivamente, *France 2* e *France 3*, abrindo uma nova fase no campo televisivo francês, que teria também a chegada do canal franco-alemão ARTE.

O início das transmissões do ARTE em espaço próprio encerrou o ciclo de uma história que se iniciou em 1985, com as primeiras discussões entre intelectuais e governo sobre a possibilidade de uma emissora cultural. O projeto patinava havia dois anos, desde o envio do primeiro relatório sobre a possibilidade de TV Cultural, escrito por Pierre Bourdieu, então no *Collège de France*, a pedido de François Mitterrand. Após as eleições legislativas que garantiram a vitória de Jacques Chirac

e o início da coabitação, o novo ministro da cultura, François Léotard, colocou em funcionamento a *Société d'édition de programmes de télévision (La Sept)*, sob a presidência do historiador Georges Duby (VEYRAT-MASSON, 2001, p.208-209).

Em 4 de novembro de 1988, durante a 52ª Cúpula Franco-Alemã, Helmut Kohl e Mitterrand anunciaram o projeto de um canal cultural europeu. Da parte francesa, a estrutura da *La Sept* é aproveitada. A partir de 03 de fevereiro de 1990, *La Sept* consegue um espaço aos sábados na FR3 para veicular seus programas. A partir de 1992, a parceria franco-alemã adotou o nome *Association Relative à la Télévision Européenne (ARTE)*. Por iniciativa de Jean-Noël Jeanneney, secretário de Estado no Ministério das Comunicações, o governo utiliza o seu direito de prioridade para oferecer parte da frequência deixada pela *La Cinq* ao *ARTE*, sem necessidade de autorização do CSA (VEYRAT-MASSON, 2001, 209-210).

No dia 28 de setembro de 1992, sob a presidência de Jérôme Clément, o *ARTE* iniciou suas transmissões com seis horas de programação diária – das 19h à 01h. Instalado em Estrasburgo, o canal cultural apresentou um modelo de organização peculiar, no qual a programação era produzida tanto pela parte francesa quanto alemã. A escolha de Estrasburgo para abrigar a sede do canal não foi fortuita. A localização da cidade, na região leste da França, na fronteira com a Alemanha era estratégica para o desenvolvimento das atividades da emissora (HOOG, 2010, p.80-81).

No Brasil, o campo televisivo ao final dos anos 1980 desenhava-se a partir de disputas entre as suas principais emissoras localizadas no eixo Rio-São Paulo. Porém, o cenário era de uma consolidação flagrante da Rede Globo, que afirmou sua hegemonia na década anterior, apostando em uma programação centrada no entretenimento e na informação. No primeiro caso, o carro-chefe era a teledramaturgia e o seu grande impacto no público telespectador. A telenovela foi capaz de expressar “as contradições de uma sociedade em rápido desenvolvimento, integrando os novos valores advindos da urbanização com as formas de sociabilidade associadas à estrutura tradicional/rural que ainda persistia em tempos de modernização” (GARCIA, 2016, p.217). Desse modo, as telenovelas “inventariaram, consolidaram e sistematizaram o repertório da vida privada brasileira”. Ao ver as telenovelas “as mulheres de classe média aprenderam a se vestir e a comprar o sofá da sala, as famílias mais pobres tiveram noção de controle de natalidade, os adolescentes aprenderam a namorar (BUCCI, 2004, p.224).

Ao lado das telenovelas o telejornalismo completava a grade de programação nas noites da emissora carioca, com atrações como *Jornal Nacional* (1969), *O Fantástico* (1973) e o *Globo Repórter* (1973). Sobre este último, cabe dizer que ao quebrar regras com a inovação de formas e conteúdo, atuou no “contraponto ao telejornalismo oficialista da emissora, representado exemplarmente pelo *Jornal Nacional*”. O *Globo Repórter* contava com uma equipe formada por profissionais de “relações estreitas não só com o universo do jornalismo escrito”, mas uma geração que nas décadas de 1950 e 1960 “esteve diretamente ligada ao Cinema Novo, aos Centros Populares de Cultura e com partidos e organizações de esquerda”. Entre seus quadros o programa teve: Alberto Salvá, Dib Lufti, Eduardo Coutinho, Fernando Pacheco Jordão, Geraldo Sarno, Gregório Basic, Guga de Oliveira, Hermano Pena, João Batista de Andrade, Leon Hirszman, Luiz Carlos Maciel, Mário Pagés, Maurice Capovilla, Renato Tapajós, Walter Lima Júnior e Washington Novaes (PALHA, 2015, p.123).

Juntos, telenovelas e telejornalismo, ou seja, entretenimento e informação, formaram o eixo-central daquilo que se consolidou, em termos de programação, como o “Padrão Globo de Qualidade”. Esse “Padrão” se impôs como elemento estruturador do campo televisivo brasileiro. Em sua autobiografia, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, defende que “o padrão Globo de qualidade não foi criado por ninguém, mas resultou de uma exigência comum a quase todos os funcionários da empresa em todos os escalões” (OLIVEIRA SOBRINHO, 2011, p.431). Eugênio Bucci vai além da opinião do ex-executivo da Rede Globo e afirma que existiram três requisitos fundamentais para o surgimento e a manutenção do “padrão”: uma superioridade técnica; uma superioridade econômica; e uma “atribuição tácita” da Rede Globo “de inventariar e consolidar os aspectos constitutivos da nacionalidade nas esferas íntimas, privada e pública”. Em outras palavras, “sem o apoio do regime militar, que elegeu a Globo como favorita, talvez não tivéssemos no Brasil o padrão Globo de qualidade” (BUCCI, 2004, p.229).

Considerando o amplo número de emissoras brasileiras existentes no início dos anos de 1990, selecionamos aquelas pertencentes ao eixo Rio-São Paulo para traçarmos um panorama do campo televisivo brasileiro. A escolha justifica-se, por se tratar das duas das principais praças de audiência, nas quais estão situadas as duas principais emissoras educativas públicas, TV Cultura e TVE. Para além das

emissoras públicas citadas escolhemos as comerciais: Bandeirantes, CNT, Rede Globo, Rede Manchete, Rede Record, SBT e TV Gazeta.

Tais emissoras eram uma síntese da história e do modelo comercial da televisão brasileira, pois surgiram em momentos distintos do desenvolvimento do campo. A Record, inaugurada em 1953, por exemplo, era a emissora mais antiga em atividade e sobrevivia como a única representante das emissoras surgidas pioneiramente na década de 1950, porém as transformações vividas ao longo das quatro décadas foram tantas que havia pouca semelhança entre passado e presente. Já a Rede Globo e a Bandeirantes surgiram no momento de expansão das emissoras comerciais e da adoção de práticas profissionais e empresariais. Sendo a primeira de 1965 e a segunda de 1967, acompanharam de perto as mudanças político-econômicas ocorridas no país a partir do golpe-civil militar de 1964. Na década de 1970, nasceu a TVE, canal que representava o incipiente surgimento de uma televisão não-comercial, mas ainda distante do padrão público das emissoras europeias. Movimento inaugurado com a compra da TV Cultura pelo Estado de São Paulo das mãos do conglomerado de Assis Chateaubriand no final dos anos 1960. Como já apresentamos, o SBT e a Rede Manchete surgiram na década de 1980, a partir da reorganização do campo televisivo com a redistribuição da concessão da extinta TV Tupi. E, por fim, a CNT, que vai completar aquilo que se conhecia como televisão no Brasil dos anos 1990.

A Rede Globo chegou à década de 1990 como a principal emissora do campo televisivo brasileiro. E a sua hegemonia pode ser exemplificada por meio dos números que cercavam os seus negócios. No ano de 1992, a Rede Globo possuía 83 emissoras afiliadas, atingindo 4.464 municípios, cerca de 99,4% de todo o território nacional. E a Globo Comunicação formava um conglomerado de mais de 100 empresas e 20 mil funcionários (MATTOS, 2010, p.234). Em 1995, ainda que tenha encerrado o ano com uma pequena baixa no número de emissoras afiliadas, um total de 70, em conjunto com as cerca de 1200 retransmissoras, seu sinal seguia cobrindo pouco mais de 99% do território nacional por exemplo e a emissora tornava-se o 18º maior grupo privado nacional, com um faturamento de US\$ 2,4 bilhões. No dia 02 de outubro de 1995, para abrigar todas as suas produções, a emissora inaugurou o Projac, considerado o maior centro de produção de TV da América Latina (MATTOS, 2010, p.239).

O SBT iniciou os anos 1990 consolidando a sua posição de segunda colocada em audiência, atingindo o patamar de duas dezenas de pontos no Ibope com uma programação voltada para as classes C e D. Em 1992, o SBT era a segunda maior rede do país, com 57 emissoras afiliadas. A emissora que nasceu e permaneceu como uma espécie de vitrine privilegiada dos produtos comercializados pelo Grupo Sílvio Santos passou a disputar agressivamente o público com a Rede Globo. Porém, ao contrário da emissora de Roberto Marinho, o SBT seria melhor definido “como emissora-meio para os negócios” do dono do baú. Em 1995, inaugurou, em São Paulo, o complexo Anhanguera. Com 231 mil metros quadrados e 62 mil de área construída, os novos estúdios proporcionaram ao SBT maior agilidade, redução de custos, o que aumentou a sua capacidade de competitividade (HAMBURGUER, 2005, p.122; MATTOS, 2010, p.239).

De propriedade da família Saad, a Bandeirantes foi criada em 1967. A emissora tinha como destaque de sua programação a transmissão de programas e eventos esportivos, como o futebol. Alguns programas de auditório também se destacaram, como o *H e H+*, com a apresentação de Luciano Huck.

Criada em 1953, a Rede Record passou por inúmeras modificações ao longo de suas décadas de existência. No final dos anos 1960, enfrentou uma grave crise “após uma sucessão de incêndios” que destruiu auditórios, equipamentos e instalações. Em 1971, “a família Machado de Carvalho vende a emissora para o empresário Sílvio Santos”, que abandona a sociedade em 1989. Em novembro de 1989, o Bispo Edir Macedo, líder da Igreja Universal do Reino de Deus, comprou a Rede Record por um valor estimado em US\$ 38 milhões. A emissora que, no Rio de Janeiro, havia retomado suas transmissões um ano antes, com base em programas evangélicos e jornalísticos, sob a nova gestão alterou paulatinamente sua grade de programação e transformou-se em rede nacional. Nessa nova fase despontaram apresentadores populares como Raul Gil, Ratinho e Eliana. (MATTOS, 2010, p.227-228; TEMER, 2000, p.142).

Em 1993, foi inaugurada a Central Nacional de Televisão (CNT). Fortalecida com a aquisição da REDE OM, tornou-se a primeira rede fora do eixo Rio-São Paulo, com sede em Curitiba, Paraná. A emissora revelou o apresentador Carlos Massa, o Ratinho, que no decorrer da década trocava a emissora pela Rede Record, como visto acima, e, em seguida, protagonizaria uma das maiores negociações da

televisão brasileira, quando de sua transferência ao SBT (MATTOS, 2010, p.235-236).

A TV Gazeta, canal 11 de São Paulo, é uma das empresas integrantes da Fundação Cásper Líbero e foi inaugurada em 25 de janeiro de 1970. Uma das especialidades da emissora era a transmissão de eventos esportivos das mais diversas modalidades (AZEVEDO, 2001, p.5820). Entre os apresentadores, diretores e jornalistas que passaram pela emissora estão: Fausto Silva, Paulo Markun, Ronnie Von, Claudete Troiano, Serginho Groisman, Astrid Fontenelle, Fernando Meirelles (FRANCFORT, 2010).

Um dos programas que “marcou época” durante os anos 1990 na programação da TV Gazeta foi o *game-show Hugo*. Tratava-se de um *game* controlado pelo telespectador pelo telefone e estreou no dia 30 de outubro de 1995 (FRANCFORT, 2010, p.347). Criado pela empresa dinamarquesa *Interactive Television Entertainment*, o programa também foi veiculado em mais de 40 países, entre eles a França, onde fora apresentado por Karen Cheryl, na *France 3*, ao longo de duas temporadas (*Hugo Délire* e *Les délires d’Hugo*, respectivamente), entre 7 de setembro de 1992 e 29 de junho de 1994.

A grade de programação²² das emissoras é a maior expressão das relações sociais constituídas entre os agentes no campo televisivo. A programação é reveladora de tensões, intensões e práticas. A partir da análise das três principais categorias que compõe uma grade de programação – entretenimento, informação e educação – é possível dimensionar o que se considerava como legítimo de ser veiculado, o que vale também para perceber o espaço dedicado ou ofertado aos conteúdos educativos.

Durante os anos 1990 “os programas de entretenimento²³ passaram por diversas inovações em termos técnicos, de forma e de linguagem – muitas vezes misturando características de diferentes formatos”. O *Dicionário da TV Globo*

²² Para a apresentação dos principais programas das emissoras do campo televisivo brasileiro utilizamos a classificação realizada por José Carlos Aronchi de Souza em seu livro *Gênero e formatos na televisão brasileira*. A partir de análise das grades de programação publicadas nos jornais e de estudos de gêneros televisivos o autor chegou a uma classificação que estabeleceu uma hierarquia entre categorias, gêneros e formatos. Aronchi dividiu a programação da televisão brasileira em cinco categorias: Entretenimento, Informação, Educação, Publicidade e Outros. Estas categorias se subdividem em 36 gêneros.

²³ Dentre os gêneros dos programas de entretenimento das emissoras brasileiras na década de 1990 estão: telenovela, minissérie, série, filme, humorístico, infantil, desenho animado, auditório, *game-show*, esportivo, *reality show*, *talk show*, musical, variedades, culinário, revista.

destaca que esse processo esteve alicerçado na “criatividade de profissionais talentosos e antenados com a realidade sociocultural dos telespectadores” (DICIONÁRIO DA TV GLOBO, 2003, p.571). Porém, veremos a seguir, que a “criatividade profissional” tinha muito mais a ver com os elementos de concorrência e com as relações sociais estabelecidas e construídas entre os agentes do campo televisivo brasileiro.

Desde os anos de 1970, a telenovela havia se constituído como o principal gênero do entretenimento na televisão brasileira. As produções da Rede Globo foram, em sua maioria, diretamente responsáveis para que o gênero alcançasse esse patamar. Mas a década de 1990, se iniciou de forma um pouco diversa, com a concorrente Rede Manchete conquistando um grande espaço. A emissora agitou o mercado de televisão com a produção de novas telenovelas.

Levada ao ar a partir de março de 1990, a telenovela *Pantanal* foi o marco da nova fase das produções da Rede Manchete. Produzida por Benedito Ruy Barbosa e dirigida por Tisuka Yamasaki, a trama movimentou a campo televisivo brasileiro quando ultrapassou a marca de 30 pontos de audiência no Ibope.

Pantanal “promoveu resultados de audiência tão impressionantes, que provocou uma guerra entre as concorrentes, reafirmando um modelo de programação televisiva implantado pela Rede Globo” com base no entretenimento e na informação. Em termos de linguagem televisiva, *Pantanal*:

[...] traz um outro andamento, um outro tempo, um outro ritmo, assumidamente mais lento, com planos contemplativos de longa duração, focalizando mais paisagens que protagonistas, com tratamento plástico mais elaborado e marcante presença da música. Contrariando as normas, os planos agora são bastante abertos, deixando sempre presente uma larga margem de cenário. Há uma intriga, ou várias delas que se embaralham, mas o personagem principal permanece sempre a natureza, que parece seguir sua vocação de eternidade, quase indiferente aos dramas humanos que acontecem aqui e ali (BECKER, 2010, p.239).

Ao final do ano de 1990, a emissora ainda investiria em uma nova produção, *A história de Ana Raio e Zé Trovão*. A telenovela apostou em filmagens externas e percorreu aproximadamente 14 mil quilômetros durante os dez meses de gravação. Apesar de não atingir o mesmo sucesso de *Pantanal*, conseguiu registrar bons índices de audiência (MATTOS, 2010, p.229-230). A partir de maio de 1995, em

meio a uma crise, a Manchete buscou recuperar sua programação, apostando mais uma vez nas telenovelas, com as produções de *Tocaia Grande* (1995) e *Xica da Silva* (1996) (MATTOS, 2010, p.238).

Depois do sucesso com *Pantanal*, Benedito Ruy Barbosa retornou em “posição de destaque” à Rede Globo, onde passou a escrever para o horário principal das telenovelas. Dentre suas produções estão *Renascer* (1993), *O Rei do Gado* (1996) e *Terra Nostra* (1999), que “foram as novelas mais populares de uma década que viu os índices de audiência diminuírem” (HAMBURGUER, 2005, p.127). Em *Rei do Gado*, por exemplo, a narrativa abriu espaço para o movimento dos trabalhadores rurais sem terra e mobilizou até mesmo os agentes do campo político (MATTOS, 2010, p.240).

O SBT também se aventurou na produção de telenovelas. Em 1990, Walter Avancini foi contratado para dirigir o recém-criado núcleo de teledramaturgia do SBT. A primeira telenovela sob sua supervisão foi *Brasileiras e Brasileiros*. Mas a “proposta de fazer uma novela que refletisse os problemas da população” não agradou aos telespectadores, o fracasso da novela refletiu inclusive em alteração constante de seu horário de exibição (TONDATO, 2006, p.116). Se as produções locais não funcionavam as produções mexicanas estiveram presentes em toda a década, com tramas que alcançaram sucessos sazonais como *Carrossel* (1991), *Maria do Bairro* (1997) e *A Usurpadora* (1999). Em 1997, mais uma vez uma aposta numa produção original, *Chiquititas* foi produzida em parceria com a emissora argentina *Telefe* e alcançou um grande sucesso de público. As outras emissoras pouco ou nenhuma contribuição ofereceram no âmbito da produção das telenovelas ao longo dos anos 1990.

Para além das telenovelas, a Rede Globo também apostou nas minisséries. Com tramas mais curtas e ousadas, em grande parte inspiradas em períodos históricos ou obras literárias, o gênero serviu com um laboratório para autores, diretores e atores. De acordo com Mônica Kornis (2007, p.106):

A minissérie, novo formato de ficção televisiva implantado pela Rede Globo no início dos anos 1980, voltava-se para um público mais exigente e exibia produções de custo mais alto, passando a ser exibida num horário – 22 horas – destinado a produtos mais sofisticados. As novelas já haviam sido banidas desse horário pela própria exibição de seriados em meados dos anos 1970, e agora por essas produções de curta duração.

Entre os anos de 1990 e 2002, foram produzidas 32 minisséries, com destaque para: *Anos Rebeldes* (1992), de Gilberto Braga; *Agosto* (1993) de Jorge Furtado e Giba Assis; *Memorial de Maria Moura* (1994), de Jorge Furtado e Carlos Gerbase; *Decadência* (1995) e *Dona Flor e seus Dois Maridos* (1998) de Dias Gomes; *Hilda Furacão* (1998) de Glória Perez; *Chiquinha Gonzaga* (1999) de Lauro César Muniz; *A Muralha* (2000) de Maria Adelaide Amaral e João Emanuel Carneiro e *Os Maias* (2001) também de Maria Adelaide Amaral. Uma variação do gênero eram as microsséries, geralmente apresentadas em 4 capítulos, com destaque para *O Auto da Compadecida* (1999), adaptação de Guel Arraes, Adriana Falcão e João falcão da obra homônima do escritor Ariano Suassuna (DICIONÁRIO DA TV GLOBO, 2003, p.340-371).

Uma das marcas da década de 1990 era o uso das novas tecnologias em prol da interatividade. Em 1992, a Rede Globo estreou o programa *Você decide*, ficção na qual o telespectador poderia, via participação por telefone, decidir o final. O programa transformou-se num sucesso e foi vendido para mais de 30 países, sendo veiculado, por exemplo, pela BBC (MATTOS, 2010, p.233). Um outro exemplo de interatividade estava na faixa de cinema *Intercine*, na qual o telespectador poderia votar, também pelo telefone, para escolher o filme que gostaria de assistir no dia seguinte, a partir de uma seleção de três longas.

Na década de 1990, os filmes vão representar parte importante da grade de programação das emissoras. A opção pelo cinema passava diretamente pelos custos de aquisição dos direitos de transmissão, bem menores do que os de produção própria. Em 1997, mesmo a Rede Globo, com seus altos índices de produção possuía nove horários dedicados a veiculação de filmes, quase o dobro das outras emissoras, sendo eles: *Campeões de Bilheteria*, *Corujão*, *Domingo Maior*, *Intercine*, *Sessão da Tarde*, *Sessão de Gala*, *Supercine*, *Tela Quente* e *Temperatura Máxima*. Buscando consolidar sua posição de segunda emissora em audiência, o SBT fechou contrato com grandes estúdios e passou a veicular filmes inéditos, todas as sextas-feiras em sua *Tela de Sucessos*. A Bandeirantes, além dos horários tradicionais dedicados aos filmes, destacava-se por seu *Cine Privê*, horário reservado aos filmes do gênero *soft porn*. A TV Gazeta também abria espaço para o gênero em algumas de suas madrugadas, com filmes da atriz italiana Cicciolina.

Gênero historicamente presente na televisão brasileira, os programas de auditório contemporâneos tinham uma forte marca do passado televisivo, herdeiros diretos de atrações como *O Céu é o limite* (1956), *Discoteca do Chacrinha* (1957), *Noites de Gala* e *Vamos brincar de forca?* (1962). Os apresentadores icônicos, tais como Chacrinha, Sílvio Santos e Flávio Cavalcanti, já haviam na década de 1970 levado o gênero e o formato além dos limites impostos pela censura do regime militar, obrigando Rede Globo e TV Tupi a assinarem um “protocolo de autocensura” para limitar “os abusos e excessos cometidos na luta audiência” (MIRA, 1989, p.37).

Na década de 1990, os programas de auditório também foram palco para a disputa acirrada pela audiência. Em uma demonstração de reação “às investidas de sua rival mais popular” a Rede Globo levou ao ar, no final dos anos 1980, o programa *Domingão do Faustão*, uma resposta ao *Programa Sílvio Santos* (MIRA, 1989, p.6-7). Era o apenas o início de mais um capítulo da disputa pela audiência entre a Rede Globo e o SBT, que ganhou novos contornos com a criação do *Domingo Legal*, apresentado por Gugu Liberato. O programa estreou em 1993 e após pouco tempo já estava “batendo de frente” com o *Domingão do Faustão*, além de quadros como “Banheira do Gugu e “Gugu na minha casa”, o programa se destacou pela cobertura ao vivo das rebeliões em presídios de São Paulo e do acidente aéreo que vitimou a banda *Mamonas Assassinas* (BRAUNE & RIXA, 2007, p.70).

Mas no SBT os programas de auditório não estavam restritos aos dias de domingo. Entre as atrações dos dias de semana estavam os programas *Hebe*, toda segunda-feira e no período vespertino, o *Programa Livre*, apresentado por Serginho Groissman, que trazia um “misto de música, jogos, debates” com uma boa repercussão entre o público jovem (TONDATO, 2006, p.126). Após seu sucesso no SBT, o apresentador foi contratado pela Rede Globo, e inaugurou no ano 2000 o *Altas Horas*, seguindo o mesmo formato de seu programa anterior, mas com exibição nas madrugadas de sábado. Outra atração do SBT que preocupou os executivos da Rede Globo foi o *Programa do Ratinho*, exibido diariamente (de segunda à sexta-feira) no horário nobre, em concorrência direta com as tradicionais telenovelas da emissora carioca.

As tardes de sábado também eram reservadas aos programas de auditório. No SBT, Raul Gil, na *Bandeirantes*, *Clube do Bolinha*. No final da década, a Globo apostou no *Caldeirão do Huck*, o apresentador, já se destacava com um programa

do mesmo gênero, lançado em 1996, na Bandeirantes, o *H* (BRAUNE & RIXA, 2007, p.51).

Havia ainda uma outra variação dos programas de auditório, dedicada ao universo infanto-juvenil. Esse formato ficou marcado ao longo da década de 1990 graças a atuação de três jovens apresentadoras: Xuxa, Angélica e Eliana. Mas a fórmula de sucesso contaria com seus primeiros desgastes. Em 1993, a Rede Globo anunciou o encerramento do *Show do Mallandro* e do próprio *Xou da Xuxa*. Em substituição, uma proposta com bonecos antropomorfizados que caiu no gosto da criançada, entrava no ar a *TV Colosso*:

De segunda a sexta, entre 1993 e 1996, toda criança podia ter um dia de cão na Globo. Liderada pela produtora Priscila, uma *Old English Sheepdog* de lacinho, a matilha incluía o temível chefe JF, o apresentador Walter Gate, o puxa-saco Capachão, o faz-tudo Gilmar, o ladrão de chocolates Roberval, o trio de pulgas e o sinistro Jaca Paladium. Afinal, aconteceeeeeeeu na Nova Zelândia!” (BRAUNE & RIXA, 2007, p.245).

Em meados de 1994, um outro programa alterou a correlação de forças no gênero infanto-juvenil. Com uma proposta original, o *Castelo Rá-Tim-Bum*, produzido pela TV Cultura, demonstrou que era possível uma emissora pública fazer a diferença na disputa pela audiência. Sob a direção de Cao Hamburger o programa surpreendeu e fez as grandes emissoras comerciais buscarem novas fórmulas para agradar os pequenos telespectadores.

O então diretor da FPA, Roberto Muylaert (apud BOTIN, 2016, p.178), revelou em entrevista posterior a origem do nome do programa:

[...] anos mais tarde, voltei à Fiesp, o presidente na época era o Carlos Eduardo Moreira Ferreira, que não tinha a menor sensibilidade para nada, mas que, devido à enorme audiência do programa, aceitou continuar o financiamento para um projeto de entretenimento para o público infantil. Eu cheguei com um outro projeto que se chamava Castelo Mal-Assombrado, eu acho. E ele falou que só aceitaria financiar se tivesse Rá-Tim-Bum no nome e mudamos para Castelo-Rá-Tim-Bum.

Seja pelo desgaste da fórmula popularizada pelo *Xou da Xuxa*, seja pela originalidade de *Castelo Rá-Tim-Bum*, o fato é que a atração da TV Cultura fez um enorme sucesso de público e crítica. Em maio de 1994, o programa foi “ganhador da Medalha de Prata no 37º Festival de Nova York na categoria Programa Infantil e

melhor produção para crianças pela Associação Paulista de Críticos de Arte” (TONDATO, 2006, p.121). E a TV Cultura, a despeito de suas dificuldades financeiras, continuou investindo na programação infantil. Em 1996, como forma de aproveitar a audiência de 12 pontos diários atingida pelo *Castelo*, foi criado o *Cocoricó*, com roteiro de Ana Muylaert, o programa exibia bonecos como “personagens rurais – galinhas, vacas, asnos – e o Júlio”, sempre com “com muita música, cenários coloridos e alegres” (LIMA, 2008, p.222).

Os desenhos animados ocupavam espaço de destaque no horário matutino da grade de programação das principais emissoras do campo televisivo brasileiro. Em sua grande maioria tratavam-se de produções estrangeiras e eram veiculadas durante os programas infantis. Na segunda metade dos anos 1990, o SBT conseguiu assinar um contrato de exclusividade com a Disney para a exibição de suas produções no Brasil.²⁴

Na Manchete o grande destaque eram as séries japonesas. *Os Cavaleiros do Zodíaco*, por exemplo, permaneceu no ar entre 1994 e 1997. O SBT também investiu nas produções japonesas, e a partir de agosto de 1996 passou a veicular os primeiros episódios de *Dragon Ball*. Ambas as séries foram produzidas pela *Toei Animation*.²⁵

Com o final dos anos 1990, surgiram novidades para o campo televisivo brasileiro. As “novas tecnologias” e o “recente ambiente regulador geravam mudanças na estrutura e dinâmica da produção, divulgação e do consumo televisivos”. Assistiu-se, a partir de então, há “uma verdadeira hegemonia de novos gêneros e formatos, como *talk show* e *reality show*” (BUSERO, 2011, p.164).

No caso do *talk show*, mesmo antes do “boom” do gênero no Brasil, *Jô Soares onze e meia* já fazia sucesso. Inaugurado em 17 de agosto de 1988, o programa veiculado pelo SBT permaneceu no ar até 30 de dezembro de 1999, momento em que Jô Soares retornou a Rede Globo para comandar o *Programa do Jô*, a partir de 03 de abril de 2000, abrindo uma nova fase do gênero.

No Limite foi o programa de iniciação do telespectador brasileiro ao gênero *reality show*. A atração apresentada pelo jornalista Zeca Camargo, estreou na Rede

²⁴ *Folha de S.Paulo*, “SBT faz parceria com os estúdios Disney”. São Paulo, 30 de janeiro de 1990. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/1/30/ilustrada/18.html> Acesso realizado em 30/05/2017.

²⁵ *Folha de S.Paulo*, “SBT e Manchete compram novos desenhos animados japoneses”. São Paulo, 27 de setembro de 1996. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/9/27/ilustrada/11.html> Acesso realizado em 30/05/2017.

Globo no ano 2000 e era a versão brasileira do aclamado *reality* sueco *Survivor*. Mas foi, sobretudo, com a produção de *Big Brother Brasil*, a partir de 2002, que a emissora mergulhou no novo gênero. Em uma espécie de “aperitivo para o *Big Brother Brasil*”, estreou no *Domingão do Faustão*, em dezembro de 2000, o quadro “Sufoco”. Tratava-se de “uma casa de vidro” construída “no parque Villa-Lobos, em São Paulo”, onde “três homens e três mulheres foram confinados e vigiados durante quatro dias” (BRAUNE & RIXA, 2007, p.85).

No dia 28 de outubro de 2001, “enquanto a Rede Globo ainda veiculava discretas chamadas para a primeira edição do *Big Brother Brasil*”, a emissora de Sílvio Santos colocou no ar uma versão semelhante do programa com a participação de celebridades (BRAUNE & RIXA, 2007, p.86). A *Casa dos Artistas* obteve um êxito de audiência, seguido de reclamações da Rede Globo que já havia adquirido os direitos para a produção da versão nacional do *Big Brother* da produtora holandesa *Endemol* e acusava o dono do baú de plágio:

A Globo, que já estava com tudo nos conformes para lançar o *Big Brother Brasil*, obteve uma liminar na Justiça e conseguiu impedir a exibição da *Casa* por um breve espaço de tempo. No entanto, o programa voltou à carga e continuou concorrendo com a emissora carioca nos anos seguintes” (BRAUNE & RIXA, 2007, p.86).

Na França, o formato holandês foi adaptado pela emissora *M6*, que levou ao ar o *Loft Story*. O programa obteve um sucesso estrondoso entre a audiência francesa e se transformou em polêmica na imprensa, parte da crítica passou a classificar o formato como *télé-poubelle*, ou seja, TV lixeira. A discussão sobre *Loft Story* ganhou inclusive a telinha da *La Cinquième*, na edição do dia 30 de abril de 2000 do programa *Arrêt sur images*.

Os programas de variedade dedicados à mulher ocupam espaço na grade de programação das emissoras desde os primórdios da TV Tupi (RIXA, 2000, p.156 apud TEMER). Seja no período matutino ou vespertino as atrações buscavam oferecer uma alternativa a telespectadora que permanecia em casa realizando seus afazeres domésticos:

O primeiro e mais importante programa feminino diário foi o *Revista Feminina*, que começou na Tupi-SP com Lolita Rios, ainda no início dos anos 50. A atração chegou a sair do ar, mas em 1958 esteou nova fase e outra apresentadora: Maria Thereza Gregori. Ironicamente, esta pioneira do feminismo televisivo só foi convocada

porque uma certa Laluxa Sigo, a primeira anfitriã cogitada, desistiu da carreira para ficar noiva! (BRAUNE & RIXA, 2007, p.58).

O maior destaque deste gênero na década de 1990 foi o programa *Note e Anote* da Rede Record. Com apresentação de Ana Maria Braga e participação do chefe-de-cozinha francês Olivier Anquier²⁶, o programa estreou em 1993. Além das receitas, o programa tratava de temas como artesanato, mundo das celebridades e ainda sorteava prêmios, como veículos, incentivando seus telespectadores a fazer ligações para a emissora. Em 1999, a apresentadora Ana Maria Braga pediu demissão e se transferiu para a Rede Globo. Em seu lugar assumiu Catia Fonseca, que permaneceu pouco tempo à frente da atração, substituída, no ano seguinte, por Claudete Troiano, que se manteve à frente do programa até o seu encerramento no ano de 2005, quando foi substituído pelo *Hoje em Dia*. *Note e Anote* foi responsável por lançar apresentadores que posteriormente ganhariam destaque em outros programas do gênero como Palmirinha Onofre e Edu Guedes (TEMER, 2000, p.141-142).

No dia 18 de outubro de 1999 estreou pela Rede Globo o programa *Mais Você*:

Durante sete anos à frente do *Note e Anote* (1992), na Record, Ana Maria ganhou popularidade dando receitas culinárias, dicas de artesanato e entrevistando especialistas de várias áreas. Nessa época, teve uma marca registrada: as famosas luvinhas que apareciam na TV em diversas cores e feitios. Em 1999, logo após estreiar o *Mais Você* na Globo, o famigerado acessório saiu de cena” [...] O currupaco mais famoso da TV surgiu em 1997, ainda nos tempos do *Note e Anote*. Batizado com um nome real de um papagaio de Ana Maria, o boneco se tornou seu companheiro fiel, ganhando irreverência e um inesgotável repertório de piadas na voz de Tom Veiga (BRAUNE & RIXA, 2007, p.60).

Para o gênero revista a TV Cultura apostou no *Vitrine* e *Metrópolis*, que seguiram na linha de noticiário cultural tratando de “artes, espetáculos, mídia e assuntos culturais em geral” (TONDATO, 2006, p.130). Apresentado por Lorena Calábria, o *Metrópolis* foi considerado “criativo” e “interessante” e recebeu nota 10 da crítica.²⁷

²⁶ Trecho audiovisual do programa disponível em https://www.youtube.com/watch?v=ZxtX_XVhK80
Acesso realizado em 19/01/2017.

²⁷ *O Globo*, “Nota 10”, Rio de Janeiro, 02 de setembro de 1997.

A categoria informação possui um número reduzido de gêneros, quando comparado ao entretenimento, o que já é indicativo do espaço relativamente menor ocupado na programação das emissoras brasileiras. Destacam-se quatro gêneros: debate, documentário, entrevista e telejornal.

O documentário ocupava um importante espaço dentro da programação da televisão francesa. Destacavam-se *France 3* e *ARTE* como as emissoras com maior diversidade temática. No Brasil, o documentário também era presença constante nas emissoras públicas. Mas como o gênero estava longe de ser o preferido das emissoras comerciais, tinha um espaço reduzido nas telinhas brasileiras. Ainda assim alguns programas utilizavam o gênero. Na Rede Globo, por exemplo, o *Globo Repórter* destaca-se, além do *Fantástico* que também utilizava material de documentários, produzidos por emissoras americanas e europeias, em sua maioria tratando do mundo animal ou das maravilhas da natureza.

A Central Globo de Jornalismo esteve sob o comando de Alberico de Souza Cruz desde o afastamento de Armando Nogueira, em 1989, após o episódio da edição do debate entre Lula e Collor. Em julho de 1995, Alberico de Souza Cruz foi demitido, sendo substituído por Evandro Carlos de Andrade. A partir de 1996, a Central de Jornalismo da Rede Globo fez mudanças no *Jornal Nacional*, substituindo Cid Moreira e Sérgio Chapellin por William Bonner e Lilian Witte Fibe. A nova dupla começou a apresentar o telejornal no dia 1º de abril. Ainda nesse mesmo ano, outros telejornais da Rede Globo passaram por mudanças. Em 1998, o *Jornal Nacional* voltou a mudar, e Fátima Bernardes entrou no lugar de Lilian Witte Fibe (MATTOS, 2010, p.228-240).

Luís Fernando Imediato, diretor do SBT, apostou na contratação do jornalista Boris Casoy para comandar o telejornalismo da rede. O estilo de Boris Casoy, com comentários sobre as notícias se contrapunha ao estilo neutro do *Jornal Nacional* e provocou inúmeras mudanças no formato em toda a TV brasileira.

Mais do que uma relação com o ‘Padrão de Qualidade’, há uma relação direta com a concorrência das outras emissoras. O telejornalismo na década de 1990 passará por algumas mudanças, com o próprio SBT inovando com *TJ Brasil* e o *Aqui Agora*, dessa forma, para não ficar para trás, a Rede Globo ao trocar os apresentadores de seus jornais, busca a renovação, mas também desfalcar as concorrentes ao contratar os profissionais que estavam fazendo sucesso momentâneo, um dos exemplos foi a contratação de Lillian Witte Fibe.

Em síntese, podemos dizer que “o mercado brasileiro de televisão se oligopoliza, assim, sob o comando da Globo, ao longo dos anos 1970. A crise dos anos 1980 só beneficiará a líder”, pois “os capitais que ingressaram na indústria em decorrência da TV Tupi”, SBT e Manchete, “não terão cacife para fazer frente às barreiras da Globo, que manterá a dianteira no processo de mudança tecnológica nos mercados da comunicação nos anos 1990”. De outra parte, “a multiplicidade da oferta e a consolidação da TV segmentada, a partir de 1995, não alterarão em essência essa situação, mas o esforço de adaptação deixará marcas” (BOLAÑO, 2005, p.23-24).

A década de 1990 marcou um novo período para as discussões e experiências em televisão educativa. Essa dinâmica ocorreu devido a três movimentos. O primeiro ligado às primeiras décadas de existência do meio, nas quais os agentes haviam vivenciado a possibilidade de conhecer as potencialidades e limitações da TV como meio educativo. O segundo movimento relaciona-se diretamente com as mudanças tecnológicas ocorridas ao longo dos anos que possibilitaram o surgimento e a expansão da televisão a cabo, a multiplicidade de canais e o surgimento da Internet. Por fim, o processo de globalização e as demandas surgidas na maioria dos países ocidentais em relação à formação do trabalhador, elemento presente nas diversas experiências que têm continuidade ou existência ao longo da década.

Entre os países ibéricos foi criada, em 1992, *La Televisión Educativa y Cultural Iberoamericana* (TEIb), um programa de cooperação governamental no qual se financia uma rede de “comunicación educativa, cultural y científica para la coproducción, difusión e intercambio de contenidos audiovisuales y multimedia dentro del marco de la Cooperación Iberoamericana”. A TEIb passou a realizar um amplo trabalho de conteúdos educativos, culturais e científicos via satélite.²⁸

No Brasil, a TVE e a TV Cultura representavam as principais alternativas públicas às emissoras comerciais no campo televisivo. Situadas nas duas principais praças de audiência do país, eram responsáveis pela geração de grande parte dos conteúdos das grades de programação das demais emissoras educativas. Com “programação mais prestigiada e estrutura mais sólida”, a TV Cultura era

²⁸ <http://segib.org/pt-br/programa/elevisao-educativa-e-cultural-ibero-americana/> Acesso em 22/10/2016.

retransmitida para 1.384 municípios e “responsável por 80% da audiência” das emissoras públicas brasileiras.²⁹

Na cidade do Rio de Janeiro, a TVE era única emissora pública a transmitir na televisão aberta. Detentora de uma programação majoritariamente cultural e educativa, buscava, dentro de suas limitações orçamentárias e de suas amarras políticas, fazer um contraponto às concorrentes comerciais. Ao longo da década de 1990, a TVE atravessou inúmeras turbulências políticas que acarretavam em mudanças de direção. Chegou a contar com Walter Clark no seu comando, mas o antigo executivo da Rede Globo, já no fim de sua vida, pouco contribuiu para dinamizar a estrutura precária da emissora.³⁰

A partir de 1995, sob o comando de Walter Avancini, a TVE investiu fortemente em mudanças na sua grade de programação. Com o objetivo de se afastar do tom oficial e se tornar uma televisão mais dinâmica, novos programas foram inaugurados e outros celebravam a sua longevidade. O programa *Sem Censura*, por exemplo, criado por Fernando Barbosa Lima em 1985, após a Ditadura Militar, para debater temas políticos e sociais chegava ao seu décimo ano de vida. A emissora ainda veiculava, alguns programas educativos produzidos pela Rede Globo e pela FRM, como o *Telecurso 2000*, e completava sua grade com programas da TV Cultura de São Paulo (BECKER, 2010, p.253-254).

Em 1998, com a promulgação da Lei 9.637/98 que permitia a criação de organizações sociais, a Fundação Roquete Pinto, mantenedora da TVE, passou a ser vinculada à Secretaria de Comunicação do governo federal (Secom), “e, posteriormente foi transformada em uma Organização Social (OS) ganhando o nome de Associação de Comunicação Educativa Roquete-Pinto (ACERP)”. A ACERP passou a responder não somente pelos serviços de radiodifusão da TVE do Rio de Janeiro, como de sua congênere do Maranhão, além das rádios MEC (AM e FM). Com a nova configuração a TVE poderia captar recursos do Estado e de terceiros, como patrocinadores (BRANDÃO, 2014, p.57).

Em São Paulo, Mário Covas, recém-eleito governador pelo PSDB, realizou um corte drástico de despesas em toda a administração pública, buscando reverter um *déficit* de 30 bilhões de reais. Tal ajuste atingiu em cheio os meios de

²⁹ *Jornal do Brasil*, “As educativas na encruzilhada”. Rio de Janeiro, 15 de março de 1998.

³⁰ Cf. CLARK, Walter; PRIOLI, Gabriel. **O campeão de audiência**: uma autobiografia. 2ª ed. São Paulo: Summus Editorial, 2015.

comunicação mantidos pelo Estado. A FPA, mantenedora da rádio e TV Cultura, teve seu orçamento reduzido subitamente em 30%. O corte mergulhou os dois veículos de comunicação comandados pela instituição em uma crise, que teve seu ápice com a demissão de 600 funcionários, gerando problemas de toda ordem de produção da grade de programas. O governo paulista ainda impôs a necessidade da FPA buscar recursos junto à iniciativa privada, situação semelhante à que a PBS foi submetida na década de 1980 nos EUA. De acordo com o então presidente da FPA, Jorge da Cunha Lima, tal artifício “aliviou, mas não resolveu o problema, além de ocasionar muitas críticas por parte daqueles” que defendiam “que o financiamento público da TV pública” deveria ser “de exclusiva responsabilidade do Governo”. Ainda segundo Cunha Lima, “alguns críticos consideravam inaceitável a presença de anúncios no intervalo e nos *breaks* da programação”. Mas mesmo com todas as pressões e críticas, a FPA decidiu pela abertura de “espaços de trinta segundos” na programação “para patrocínios publicitários institucionais”. O resultado foi uma “reunião de 22 empresas e um montante arrecadado de 8 milhões de reais anuais” (LIMA, 2008, p.216-225).

Em artigo publicado, em 1999, no jornal *Gazeta Mercantil*, Gabriel Priolli (apud BRANDÃO, 2014, p.74) afirmou que:

[...] a inserção publicitária na TVE do Rio de Janeiro e na TV Cultura era uma questão conjuntural que poderia ser explicada pela estagnação das verbas públicas e pela necessidade de investir cada vez mais na qualificação de seus produtos. Cercadas que estão por dezenas de emissoras de bom padrão – a TVE do Rio de Janeiro e a TV Cultura paulista foram buscar o dinheiro de que necessitam no caixa de agências de propaganda e de seus anunciantes.

No ano de 1998, aprovou-se na Assembleia Legislativa de São Paulo, de forma inédita na história da televisão brasileira, a Lei nº 9.904 que alteraria o regime de financiamento da FPA, cujos recursos seriam captados diretamente dos contribuintes a partir de uma taxa fixa cobrada nas contas de energia elétrica de cada casa paulista. O novo modelo, que estaria próximo do europeu, garantiria uma autonomia orçamentária da FPA até então nunca vivida. Porém, a “taxa foi rejeitada pela opinião pública após incrível campanha desencadeada pelos meios de comunicação comerciais e pelo Ministério Público, que contestava a legalidade da

lei”. O governador Mario Covas acabou desistindo de promulgar a lei (LIMA, 2008, p.225).

Em março de 1998, uma pequena matéria publicada no *Jornal do Brasil* aponta para a condição financeira precária das emissoras educativas. No texto, o jornalista Pedro Butcher afirma:

Em pleno processo de transformação no panorama televisivo do Brasil, as emissoras educativas estão numa encruzilhada financeira. A crise é um denominador comum às duas maiores redes públicas do país, a TV Educativa, do Rio, e a TV Cultura de São Paulo, obrigadas a matar um leão por dia para manter a programação.³¹

Para ilustrar a dramaticidade da situação das emissoras, a matéria traz um breve depoimento do então presidente da FPA, Jorge da Cunha Lima: “Agora precisamos nos transformar numa alternativa às próprias tevês pagas. Este é o grande desafio conceitual das emissoras educativas e culturais no fim dos anos 90”.³² A afirmação revela os novos agentes que passam a concorrer com a programação educativa, os canais por assinatura, vale lembrar que o Canal Futura também estava inserido nesse movimento de expansão da televisão por assinatura.

Ainda de acordo com o *Jornal do Brasil*, “a TVE tentou reformular a sua programação de forma radical durante a administração de Paulo Ribeiro”, encomendou documentários a produtoras independentes, produziu vinhetas inéditas e inovadoras. Mas devido a crise financeira muita coisa não saiu do papel. Um dos poucos programas a ir ao ar foi a série *O Som da rua*, produzida pela equipe da TV Zero. Já a série *Além Mar*, dirigida por Belisário França, precisou “ser concluída por meios independentes”.³³

O Canal Futura surgiu justamente como uma alternativa ao modelo público que TV Cultura e TVE representavam. Mas o Futura não era o único novo projeto educativo na televisão nacional. Em 1995, o presidente Fernando Henrique Cardoso lançou o TV Escola. E, em 1996, o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial colocou no ar a TV Senac.

O projeto TV Escola nasceu em setembro de 1995, a partir de um convênio da Fundação Roquete Pinto com a Secretaria de Educação à Distância do MEC. A *TV Escola* era uma emissora a cabo voltada exclusivamente para a educação, com

³¹ *Jornal do Brasil*, “As educativas na encruzilhada”, Rio de Janeiro, 15 de março de 1998.

³² *Jornal do Brasil*, “As educativas na encruzilhada”, Rio de Janeiro, 15 de março de 1998.

³³ *Jornal do Brasil*, “As educativas na encruzilhada”, Rio de Janeiro, 15 de março de 1998.

18 horas diárias ininterruptas de programação, tinha por objetivo colaborar na formação de professores e na difusão de conteúdos para uso nas escolas públicas brasileiras. O projeto contou com a distribuição de kits audiovisuais para as escolas. Cada kit era formado por uma antena parabólica, um aparelho televisor e um videocassete (DIAS, 2001, p.5818). Esse dado é bastante relevante se considerarmos que quando o Canal Futura entrou no ar no ano de 1997, uma boa parte das escolas brasileiras já possuía equipamentos capazes de receber o sinal da emissora.

Assim, como o Canal Futura, a TV Senac veiculava sua programação com conteúdos culturais e educativos pela TV por assinatura. E mesmo a inauguração do “canal do conhecimento” parece não ter ofuscado o brilho inicial da TV Senac. Uma breve nota no *Jornal do Brasil* destaca: “Ainda é precipitado julgar. Mas fizeram tanto barulho em torno do canal Futura e, até agora, quem brilha é a TV Senac – claro que na sua área específica. Os documentários são melhores, o pessoal mais safo, dá gosto de ver”.³⁴ A crítica do *Jornal do Brasil* atinge diretamente os concorrentes das Organizações Globo, que como veremos mais adiante se serviram de seus meios de comunicação, entre eles o jornal *O Globo* para a divulgação da criação do Canal Futura.

Houve também um salto nas outorgas de emissoras educativas e universitárias. Mas essa expansão teve um impacto paradoxal para o Futura, pois ao mesmo tempo que essas novas emissoras seriam concorrentes na produção de conteúdo, por outro lado, dada a dificuldade de operação em muitas delas, o que acabou ocorrendo foi uma aproximação, tornando essas emissoras parceiras, seja na co-produção de conteúdos e na veiculação da programação do Canal Futura em diversos cantos do Brasil.

No ano de 1998, “foi criada a TV Nacional Brasil (NBR), com o intuito de difundir programas de caráter educativo-cultural, utilidade pública e atos do Poder Executivo”. A “emissora também incluiu, em sua grade, entrevistas de autoridades governamentais e documentários” (BRANDÃO, 2014, p.56)

Em meio as disputas no campo televisivo, houve uma tentativa de resposta do setor público. Em 28 de outubro de 1998, uma assembleia realizada na TV Cultura, com representantes de mais outras 20 emissoras fundou a Associação Brasileira

³⁴ *Jornal do Brasil*, “As educativas na encruzilhada”, Rio de Janeiro, 15 de março de 1998..

das Emissoras Públicas Educativas e Culturais (ABEPEC). No ano seguinte, em 1999, numa assembleia em Porto Alegre, foi criada a Rede Pública de Televisão (RPT). Iniciativa coordenada pela TV Cultura e pela TVE: “a rede nasceu tendo como proposta focar a diversidade e a pluralidade cultural do País, preservando as tradições e particularidades dos habitantes de cada um dos Estados em que a Abepec está presente” (BRANDÃO, 2014, p.1). Em pouco tempo a RPT chegou a produzir conjuntamente 32 horas semanais de programação. A iniciativa de fundação da ABEPEC demonstrou que, para além da missão educativa das emissoras, havia uma visão clara de que somente uma ação conjunta das emissoras públicas poderia fortalecer o segmento. E coube à TV Cultura e à TVE, as duas principais emissoras do setor, encabeçarem a iniciativa. As investidas do setor privado na educação, com a criação do Canal Futura, e a busca em demonstrar as potencialidades da iniciativa privada neste meio mobilizam as emissoras educativas tradicionais. A articulação das emissoras “não comerciais”, em torno da ABEPEC funcionou “como estratégia de sobrevivência”, dada a grave situação de “crise orçamentária e de identidade” que acarretava em “cortes de verbas” e na “demissão de seus funcionários” (BRANDÃO, 2014, p.60). Nesta perspectiva, a constituição do Canal Futura representaria um embate pela não recuperação e possível expansão do setor público. Situação que ocorreu na França com a criação da *La Cinquième*, que para além da especificidade de seu conteúdo produzido e veiculado cotidianamente, fortaleceu o audiovisual público. Por outro lado, a existência desses múltiplos projetos demonstra que havia muito o que se disputar no âmbito da televisão educativa brasileira, ainda que o setor estivesse longe de ser hegemônico no campo televisivo. A relação de concorrência era tão forte que mesmo com o capital simbólico com o qual nasceria o Futura, graças à sua relação com a Rede Globo, os seus dirigentes deixavam claro que o canal surgiria para somar às outras iniciativas em favor da educação brasileira.

Como podemos ver, França e Brasil chegaram a década de 1990 com modelos televisivos muito mais parecidos do que quando do momento de fundação e primeiras experiências em TV na década de 1950. Nos dois campos, nota-se o predomínio de uma programação de entretenimento, dominada pelas redes comerciais. Essas mudanças foram ainda mais intensas, dado o quadro de alterações tecnológicas que possibilitou o surgimento e a expansão da televisão por

assinatura, que, ainda que incipiente, iniciaria uma mudança importante na missão de canais generalistas.

O campo televisivo francês articulou-se em torno das emissoras comerciais e públicas, regulamentadas pelos instrumentos do Estado, como o CSA, uma profusão de produtores independentes, agentes importantes no processo de composição das grades de programação, além da imprensa francesa, com suas revistas especializadas e com cobertura diária nos grandes jornais, acompanhou de muito perto as questões do campo. Os intelectuais também estavam presentes, não apenas como críticos, mas, sobretudo, como participantes dos meios de comunicação e de seus órgãos fiscalizadores. A audiência tornou-se um agente relevante, sobretudo com o acirramento das relações de concorrência.

O campo televisivo brasileiro era formado, em sua grande maioria, pelas emissoras comerciais, acompanhadas por algumas emissoras públicas culturais-educativas. A legislação brasileira sobre a radiodifusão, mesmo estabelecendo determinados parâmetros de atuação, não possuía dispositivos de fiscalização, como no caso da televisão francesa, tendo os agentes políticos um papel de destaque no campo, sobretudo a partir de reverberações de seu próprio campo, ou quando estes se confundem com os próprios concessionários. Havia uma forte relação da televisão com os outros meios de comunicação, devido à permissão de que proprietários de emissoras pudessem também dispor de rádios e jornais, formando verdadeiros conglomerados comunicacionais. Diferentemente da França, as produtoras independentes atuavam em número reduzido, pois as próprias emissoras eram, na maioria das vezes, responsáveis por sua produção, o que justifica os amplos investimentos na construção de modernos complexos como o Anhanguera do SBT e o Projac da Rede Globo. Os intelectuais tinham uma ação muito discreta sobre o meio, estando mais na posição de críticos do que de participantes, enquanto a audiência tornou-se um agente importante na legitimação e manutenção de muitas das ações do meio.

Em termos televisivos, já não havia uma distância tão grande entre aquilo que se produzia nas Américas e na Europa. De certo modo, as questões do entretenimento e da informação já estavam resolvidas, porém ainda permanecia o problema da educação, notadamente no Brasil e na França. Na busca por alternativas, haverá uma conciliação entre educação e entretenimento, mudança

chave para compreendermos as experiências educativas da última década do século XX.

O surgimento da *La Cinquième* e do Canal Futura ocorreu dentro desse panorama, em um momento no qual os dois países estavam enfrentando os fenômenos da multiplicação dos canais, da fragmentação do público e da ampliação dos formatos. O Canal Futura, por exemplo, é beneficiário direto dessa expansão tecnológica, pois se serviu tanto da tecnologia do cabo quanto do satélite para a sua difusão, além do incentivo ao uso dos videocassetes no processo de formação de videotecas educativas pelas escolas e professores. Parte desse movimento também ocorreu com a *La Cinquième*, que, mesmo exibida em TV aberta, utilizou-se do satélite para poder atingir o público no horário nobre, além de também incentivar a gravação dos seus programas. Mas como veremos o momento de criação das duas emissoras foi precedido por embates e disputas sobre o modelo de televisão educativa que deveria ser criado.

1.3 Na gênese dos projetos: o *Eurêka* e o *Vídeo-Escola*

A falência e o encerramento das operações da *La Cinq* de Berlusconi deixaram a quinta frequência da televisão francesa vacante. Tal situação abriu o caminho para a disputa entre diversos agentes pela operação desse espaço. O CSA, autoridade pública responsável por regular a televisão francesa, optou por dividir entre duas emissoras o sinal vacante. O horário noturno havia sido atribuído ao canal franco-alemão *ARTE*, já o espaço entre as 06 e 19 horas seria disputado em chamada pública. No dia 30 de setembro de 1992, o CSA anunciou que 12 projetos disputariam o espaço diurno deixado pela *La Cinq*.³⁵

Havia uma grande diversidade entre as proposições, desde um canal que seria dedicado ao mundo da música, como o *Musique France*, proposto pela Sony, passando por um canal para promover a programação da TV a cabo, projeto apresentado pela *Société pour la promotion du câble*, ou o inusitado *Charlie Télé*, do semanário satírico *Charlie Hebdo* (quadro 1).

Mas, entre os 12 projetos inscritos, foi o *Eurêka*, apresentado por Jean-Louis Missika, que mais chamou atenção do CSA e, conseqüentemente, ganhou maior destaque nas páginas da imprensa francesa. A proposta do *Eurêka* era ambiciosa. O

³⁵ CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL, Communiqué n° 205, Paris, 30 septembre 1992.

valor estimado do projeto era de 50 milhões de francos, e contaria com a participação de emissoras públicas e grupos econômicos privados na produção de conteúdos educativos e culturais, tais como as editoras *Le Seuil*, *Bayard*, *Gallimard* e *Belin*. Além de grupos financeiros como *Garantie Mutuelle des Fonctionnaire* (GMF) e *Crédit Agricole*. Jean-Louis Missika tinha o apoio de membros do governo do primeiro-ministro Pierre Bérégovoy, a exemplo do ministro da Educação, Jack Lang, e o ministro do Trabalho, Martine Aubry.

Quadro 1 – As 12 candidaturas para a exploração de serviço de televisão (1992)

Emissora	Proponente	Responsável
Athena	Multimédiane SA.	Jean-Jacques Mauriat
Charlie Télé	Charlie Hebdo/Éditions Kalachnikof	Philippe Val
D.Chaîne	-	Patrice Drevet
Eurêka	Eureka TV – La Télévision éducative	Jean-Louis Missika
Janela de programação da TV a cabo	Société pour la promotion du câble	Olivier Gerolame
Musique France	Sony Musique Entertainment France	Henri de Bodinat
Parallèle TV	Parallèle Télévision SA.	Jean-Claude Courdy
Pascal	Optique Télévision SA	Bruno Huchez
TDM – La Télévision du Matin	TDM SA	Tim Newman
Totem TV	Imaginations SA	Christian Bruck
TV 1992	SARL TV 1992	Jean-François Minne
40 Hertz	-	Frédéric Houcquart

Fonte: Adaptado de comunicado n.205 do CSA

Entre os meses de avaliação da proposta pelo CSA, nota-se o empenho de Missika em cumprir todos os protocolos, como o envio de informações e garantias solicitadas pelo Conselho a cada etapa da avaliação. Paralelamente, Missika estabeleceu laços com eventuais parceiros, como o historiador René Rémond, convidado a integrar um dos conselhos da emissora em caso de autorização do CSA.

Há, também, por parte dos demais interessados no projeto, a manifestação formal sobre o andamento das atividades e até mesmo certa pressão sobre os membros do CSA. No início do ano de 1993, o CSA declarou a impossibilidade de execução do *Eurêka* dentro do quadro legal de então, devido à proibição de empresas privadas gerirem um canal educativo.

A decisão final do CSA de recomendação de uma TV educativa, mas com veto ao projeto *Eurêka*, foi recebida com entusiasmo por alguns opositores, como o senador Pierre Laffitte. O senador defendia a criação de uma emissora pública e que

tivesse como foco principal a formação profissional. E, nos meses que se seguiram, tentou angariar apoio para seu projeto dentro do Senado.

No dia 23 de dezembro de 1992, o Senado criou a *Mission d'information sur la télévision* (MITE). A comissão especial para discutir o tema da televisão educativa tinha o próprio senador Pierre Laffite como presidente e René Trégouët como relator. Entre outros pontos o grupo deveria discutir o modelo de organização da nova emissora.³⁶ A comissão marcou uma posição clara que ia de encontro com a decisão do CSA. Ou seja, enquanto a autoridade superior do audiovisual francês defendia a alteração na lei de 1986 para que fosse possível a operação de canais de conteúdo educativo por fundações privadas, como tinha sido pensado o *Eurêka*, os integrantes da MITE defendiam que a emissora deveria ser de responsabilidade pública. Entre as propostas discutidas aventou-se a possibilidade da formação de uma sociedade entre *France 3*, INA, editoras, imprensa escrita e canais estrangeiros. O então presidente da *France Télévision*, Hervé Bourges, declarou a comissão no dia 21 de abril de 1993, propondo ao Estado um novo acordo entre a *France 3* e o CNDF para a realização de uma programação educativa na TV aberta e no cabo.³⁷

Outro ponto amplamente discutido no âmbito da MITE foi o da transmissão da emissora educativa em sinal aberto. O senador Trégouët, por exemplo, afirmou em entrevista que “um projeto de televisão educativa não pode responder à lógica da TV aberta”, numa crítica direta ao projeto *Eurêka* de Missika que havia disputado a concessão da quinta frequência.³⁸

Mas as eleições legislativas alteraram o panorama político. O governo do primeiro-Ministro socialista Bérégovoy encerrou suas atividades em março de 1993, dando início ao período de segunda coabitação, comando pelo candidato da direita Édouard Balladur. Entre os políticos que integravam o gabinete do novo primeiro-Ministro, destaca-se Edmond Alphandéry (Economia), Charles Pasqua (Interior), Pierre Méhaigneire (Justiça), Nicolas Sarkozy (Orçamento), Simone Veil (Saúde), François Bayrou (Educação), François Fillon (Ensino Superior e Pesquisa), Jacques Toubon (Cultura) Michel Barnier (Meio-ambiente) e Alain Carignon (Comunicação).

³⁶ *La lettre de l'audiovisuel et des médias*. « Programmes éducatifs : le retard à combler pour rester dans la course ». 25/05/1993, pp.29-30.

³⁷ *La lettre de l'audiovisuel et des médias*. « Programmes éducatifs : le retard à combler pour rester dans la course ». 25/05/1993, pp.29-30.

³⁸ *La lettre de l'audiovisuel et des médias*. « Programmes éducatifs : le retard à combler pour rester dans la course ». 25/05/1993, pp.29-30.

Os trabalhos realizados pela MITE no Senado foram acompanhados de perto pelos membros do novo governo. Alain Carignon, por exemplo, estava impaciente para ter o relatório final da MITE em mãos, isto porque a intenção do novo governo era a de assumir a criação do canal educativo. O ministro assegurou que não enterraria o trabalho dos senadores e que as discussões até então realizadas seriam aproveitadas de alguma forma na constituição do novo canal educativo.³⁹

O anúncio oficial da criação da nova emissora educativa ocorreu na tradicional conferência de imprensa, no outono de 1993, ainda que, durante o anúncio, o primeiro-ministro Édouard Balladur não tenha dado maiores detalhes sobre o projeto – disse apenas que se trataria de um canal do conhecimento e que, a partir de janeiro de 1994, formaria uma equipe para traçar as linhas gerais da nova emissora. A decisão era simbólica, pois contrariava a indicação inicial do CSA – que defendeu alteração na legislação para possibilitar que uma fundação privada gerisse a emissora.

A decisão do governo encerrava um capítulo e abria outro. A charge publicada pelo *Le Monde* (figura 1) é um exemplo revelador das inúmeras discussões que a criação da nova emissora educativa suscitava. Nos traços de Denis Pessin, destacam-se as figuras de um adulto e uma criança; a primeira, com dedo em riste adverte: “Você poderá fazer suas tarefas quando terminar de assistir à TV”. Esta inversão irônica, da clássica recomendação materna/paterna (primeiro às obrigações depois o divertimento), revela uma mensagem clara de que a televisão educativa estaria presente nos lares franceses com todos os seus atributos, inclusive a obrigatoriedade (que remete diretamente à escola) e, conseqüentemente, o aborrecimento para criança, expresso no semblante da criança ao ouvir tal recomendação. A charge revela, também, o caráter primeiro da televisão como entretenimento, como diversão, valor que estaria sendo invertido com a chegada da nova emissora e o seu uso educativo. Ao criar essa inversão, o chargista também instiga quase um contrassenso, afinal, o papel da educação formal seria da escola e não da televisão, e a televisão, ao assumir esse papel, se apropriaria de uma função da escola.

³⁹ *La lettre de l'audiovisuel et des médias*. « Programmes éducatifs : le retard à combler pour rester dans la course ». 25/05/1993, pp.29-30.

Figura 1 – Charge sobre a televisão educativa



Fonte: *Le Monde*, Paris, 30 de janeiro de 1994.

Seis meses após o anúncio de Édouard Balladur, o governo revelou quem estaria à frente do projeto de canal educativo. E o escolhido foi Jean-Marie Cavada, o célebre apresentador de *La Marche du siècle*, exibido pela *France 3*.

O trabalho de Jean-Marie Cavada como homem de televisão ganhou relevo ainda na década de 1980. “Em 1987, Jean-Marie Cavada foi escolhido como *directeur d’antenne* da FR3”. Sua ambição era “fazer um canal de informações, rico em magazines e grandes reportagens”, o que possibilitou grande visibilidade das regiões francesas (CHAUVEAU & DEHEE, 2007, p.106).

No momento de sua escolha, Jean-Marie Cavada era um dos principais nomes da televisão francesa e havia acabado de perder a disputa pela presidência da *France Télévision*. Desse modo, o convite parece ter cumprido para o governo dois papéis. O primeiro, acalmar as disputas internas em torno da condução do audiovisual francês, e segundo garantir a visibilidade e o prestígio necessários para o novo projeto de canal educativo, indicando um nome de relevância dentro da televisão francesa.

A partir do comunicado oficial, que tornou público o nome de Jean-Marie Cavada para ocupar a presidência do novo canal “*de la connaissance*”, abriu-se um período decisivo de formatação e execução do projeto, no qual o presidente frequentou assiduamente as páginas da imprensa e os estúdios de rádio e televisão para esclarecer os objetivos da emissora. Em outras palavras, era o momento de convencer a opinião pública da necessidade e da efetividade de um canal educativo.

Como se pode observar, os anos que antecederam o surgimento da *La Cinquième* foram decisivos para a existência do novo canal educativo. Os telespectadores franceses acompanharam durante os anos 1980 nada menos do que a quebra do monopólio público, com a abertura aos canais comerciais, além da privatização da primeira emissora pública. O modelo televisivo francês sofreu, em dez anos, entre 1982 e 1992, um forte abalo com a concorrência feroz do setor privado. A privatização da TF1 alterou o equilíbrio entre o setor público e privado, tornando este último de inexistente a relevante e poderoso, com um alcance de 60% da audiência (VEYRAT-MASSON, 2000, p.361).

A disputa acirrada pelas verbas publicitárias entre as emissoras fez em pouco tempo sua primeira vítima, a *La Cinq*, uma das emissoras comerciais criadas na década de 1980, que entrou em colapso financeiro e foi obrigada a interromper suas transmissões. Essa situação, ainda que específica ao setor do audiovisual, era um dos sinais de alerta da profunda crise econômica e social que marcou o início da década de 1990 na França. Dificuldades governamentais em manter as conquistas do Estado Providência, dos chamados “Trinta Gloriosos”; o crescimento de parcelas da sociedade, vivendo sem as mínimas condições de inserção; a explosão do desemprego, entre os outros problemas que deveriam ser enfrentados pelas autoridades políticas.

O espaço eletromagnético deixado vazio com a falência de *La Cinq* e os rumos tomados pela televisão comercial foram fatores decisivos para que o encaminhamento do CSA, pela criação de um canal educativo, fosse bem recebido pelos governos que se alternavam na França, pela Assembleia Nacional e pelo Senado, ainda que com divergências em seu modelo de organização e dos objetivos da nova emissora.

A decisão do primeiro-ministro Édouard Balladur de encampar a ideia de criação de um canal educativo, originária de homens da esquerda como Missika e Jack Lang, revela o quanto a educação teve um papel relevante e seria uma das apostas do governo francês, fosse ele de esquerda ou de direita, para superar a crise. Reforçava-se, assim, o argumento de que a crise social francesa poderia ser superada pela capacitação profissional e inclusão de parcelas da população até então alijadas da economia nacional. Foi nesse ambiente que a criação de um canal de televisão público e educativo, com abrangência em todo o território nacional, tornou-se uma aposta e uma resposta a esses múltiplos problemas. Para completar

o quadro, essa nova emissora surgiu num ambiente televisivo pleno de modificações, com alterações significativas “em seu modo de produção, o conteúdo de seus programas, sua lógica e sua programação” (VEYRAT-MASSON, 2000, p.361).

As experiências educativas no campo televisivo brasileiro foram marcadas por ações isoladas, fragmentadas e financeiramente frágeis. Em outras palavras, havia um modelo de televisão educativa estagnado, em crise, há tempos engolido pela TV comercial. O futuro desse segmento não parecia ser tão promissor e, em alguns casos, somente o fato de conseguir sobreviver frente às alterações político-econômicas tão drásticas já poderia ser considerado uma vitória. As recorrentes crises políticas e orçamentárias vivenciadas pela TV Cultura de São Paulo e pela TVE do Rio de Janeiro, ao longo da década de 1990, ilustram de forma dramática tal situação.

Em 22 de setembro de 1997, com o objetivo claro de fazer frente à essa realidade, surgiu o Canal Futura. A emissora era, sem sombra de dúvidas, o maior exemplo da ousadia e ambição da FRM na área educativa ao longo de suas duas décadas de existência. A nova emissora pretendia superar, em tamanho e alcance, todos os outros projetos de sucesso da FRM, como o *Telecurso 2º Grau* e o *Telecurso 2000*. Mas apesar de maior, não haveria uma ruptura com o passado. Pelo contrário, as bases para que o Canal Futura se tornasse possível estavam assentadas justamente nas experiências anteriores da FRM, expressas numa determinada maneira de agir, que dizia respeito à proposição e execução de seus projetos, à busca por estabelecer parcerias e convênios com outras instituições ao aproveitamento de uma estrutura pré-existente, e sobretudo, por saber transformar e reaproveitar seus projetos. Sob esta perspectiva, podemos afirmar que uma das sementes do Canal Futura foi o programa *Vídeo-Escola*.

Lançado em 15 de outubro de 1989, o projeto *Vídeo-Escola* tinha por objetivo fornecer subsídios para os professores da educação básica a partir de um acervo de 300 vídeos educativos “divididos entre documentários, filmes, reportagens e animações” (FINGUERUT; SUKMAN, 2008, p.89).

Mas, apesar de ser lançado oficialmente como projeto da FRM, em 1989, a ideia do *Vídeo-Escola* nasceu ainda em 1985 com Marcelo Garcia e José Renato

Monteiro, diretores da Globo Vídeo.⁴⁰ A empresa, no decorrer do ano de 1986, começou a organizar um serviço de empréstimo de fitas de videocassete para instituições educacionais. O negócio entrou em operação a partir de março de 1987 e consistia na adesão e assinatura mensal que garantia o acesso a um catálogo inicial de 230 títulos, em sua grande parte originários do acervo da Rede Globo, e o restante “adquiridos de filmotecas e produtoras de vídeo de outros países”.⁴¹

A seleção do material contou com a participação das professoras Maria Helena Silveira, Letícia Parente e Sônia Freire. A equipe da “Globo Vídeo assistiu a mais de mil filmes e fez uma pesquisa minuciosa nos acervos da TV Globo, Fundação Roberto Marinho, Embrafilme, produtoras independentes nacionais e estrangeiras”. Após a seleção, os vídeos passaram “por processos de edição, tradução e dublagem” e foram agrupados por temas geradores. Entre os principais produtores independentes nacionais, destacam-se: “Roberto Faissal, Lúcia Murat, Jorge Bondansky, Roberto Werneck e Paula Saldanha, Olhar Eletrônico e Plantel”. O projeto contava ainda com “filmes da ONU, Magnatel, Sovexport Film, China Film Export, Unidad de Television Educativa y Cultural de México, Projeto França-Brasil, National Film Board of Canada, Ceskolovenky Filmexport, Eletricité de France”.⁴²

Após essa primeira experiência como serviço voltado, sobretudo, às instituições particulares de ensino da cidade do Rio de Janeiro, o projeto passou a ganhar um escopo nacional ao ser encampado pela FRM. Seguindo a mesma linha de organização de outros programas, como os telecursos, por exemplo, a FRM buscou um parceiro para financiar as ações e, em seguida, passou a estabelecer convênios com secretarias estaduais de educação de todo o Brasil.

Em janeiro de 1989, a FRM assinou um contrato com a Fundação Banco do Brasil para atender alunos da rede pública de ensino. A parceria tinha como meta fazer o projeto saltar das 400 escolas já atendidas para 1600. O objetivo era “tornar o ensino mais dinâmico, desenvolvendo o espírito criativo dos alunos, além de diminuir a defasagem entre os recursos pedagógicos usados em sala de aula e a tecnologia já existente para o setor”.⁴³

⁴⁰ *O Globo*, “Projeto Vídeo-Escola vai dinamizar ensino no País”, Rio de Janeiro, 07 de janeiro de 1989.

⁴¹ *O Globo*, “Projeto Vídeo-Escola vai emprestar fitas para instituições educacionais”, Rio de Janeiro, 21 de março de 1987.

⁴² *O Globo*, “Vídeo-Escola ajuda professores a ensinar”, Rio de Janeiro, 21 de junho de 1987.

⁴³ *O Globo*, “Projeto Vídeo-Escola vai dinamizar ensino no País”, Rio de Janeiro, 07 de janeiro de 1989.

O palco para o lançamento nacional do projeto *Vídeo-Escola* foi o Encontro *Vídeo, escola & comunidade*, realizado entre os dias 16 e 17 de outubro, na sede da Fundação Roberto Marinho. O evento contou com secretários de governo, além de nomes representativos da área de educação, “entre eles os professores Muniz Sodré, Miguel Darcy de Oliveira e Paulo Freire e ainda Jacqueline Johnston, especialista em televisão educativa da BBC de Londres”. O projeto apresentou uma abrangência de 2000 escolas, espalhadas por 18 estados da federação. Cada estado contava com a presença de 10 núcleos, responsáveis por fazer circular as fitas do projeto nas escolhas selecionadas.⁴⁴

Os números oficiais sobre o projeto *Vídeo-Escola* indicam que “em seus cinco primeiros anos de atuação, até 1993, o projeto beneficiou 11.056 escolas públicas de ensino básico em 17 estados do país, atingindo 408.404 professores e 9.529.970 alunos” (FINGUERUT; SUKMAN, 2008, p.89).

Vale dizer que o Canal Futura teve um importante papel aglutinador das diversas ações educativas da Fundação Roberto Marinho. O *Vídeo-Escola* e o *Telecurso 2000*, por exemplo, ao lado dos outros programas educativos veiculados pela Rede Globo, tais como *Globo Ciência* e *Globo Ecologia*, serviram de base para a programação da nova emissora.

Joaquim Falcão foi reconhecido, institucionalmente, como uma das pessoas que conceberam o Canal Futura. Homem de confiança de Roberto Marinho, assumiu em 1989, a Secretaria Geral da FRM, cargo que exerceu ao longo de 12 anos. No momento de sua saída o jornal *O Globo* publicou uma entrevista na qual traçou o seu perfil: “Professor de direito na UFRJ, conselheiro do *Viva Rio* e do *Comunidade Solidária*, ele é um militante do que se tem chamado de Terceiro Setor”.⁴⁵ Quando assumiu a função, Joaquim Falcão defendia que os jovens já não pensavam “através de palavras, mas de imagens”, e que o projeto *Vídeo-Escola* era o reflexo da prioridade que a Fundação Roberto Marinho dá a educação nacional. O mesmo pode se dizer para o projeto que Roberto Marinho apresentou ao então ministro da Infra-estrutura, Ozires Silva, a proposta de televisão por assinatura e banda C para distribuir um canal educativo. Com a negativa, o projeto teve de esperar mais sete

⁴⁴ *O Globo*, “O vídeo está chegando às salas de aula do Brasil”, Rio de Janeiro, 22 de outubro de 1989.

⁴⁵ *O Globo*, “Novos horizontes para o terceiro setor”, Rio de Janeiro, 11 de outubro de 2000.

anos para sair do papel.⁴⁶ Durante o I Encontro Internacional de Teleducação do Projeto *Vídeo-Escola*, evento realizado três anos antes da inauguração do Canal Futura, Joaquim Falcão afirmava que: “O futuro da educação via TV no Brasil está no cruzamento das tecnologias da televisão por assinatura e de videocassete”. Ainda de acordo com Joaquim Falcão essa já era uma tendência nos Estados Unidos, “onde 63% das escolas” exibiam “programas gravados das TVs a cabo.⁴⁷ Pode-se dizer que a ideia do Canal Futura já estava pronta, bastava colocar no papel. Quando de sua saída da FRM, Joaquim Falcão afirmou que: “A maioria dos brasileiros considera o Futura um canal educativo. Ele entrou ocupando esse espaço do qual o governo abriu mão, com uma vantagem: o padrão Globo de qualidade”.⁴⁸

O projeto de um canal de educação capitaneado pela FRM surgiu num momento de reorganização da economia brasileira, com uma nova moeda, o controle dos índices inflacionários e a ampliação de medidas que ao passo que desoneravam o Estado de diversas funções, chamavam a iniciativa privada para assumi-las. A estabilidade econômica foi um fator importante para a concretização do projeto de canal educativo, sobretudo, para convencer o investimento dos parceiros durante um período mínimo de cinco anos. Em diversas partes do mundo a educação já se consolidara com um novo nicho de mercado. No Brasil, a forte expansão da rede de ensino superior privado, em um país com baixos índices de escolarização, demonstrava os potenciais de mercado. Junte-se a necessidade de especialização e profissionalização. Considerando todos esses elementos a criação de um canal educativo parecia ser uma aposta certa da FRM.

⁴⁶ *O Globo*, “Projeto Vídeo-Escola vai dinamizar ensino no País”, Rio de Janeiro, 07 de janeiro de 1989.

⁴⁷ *O Globo*, “Projeto Vídeo Escola discute teleducação em encontro no Rio”, Rio de Janeiro, 02 de setembro de 1994.

⁴⁸ *Memória Roberto Marinho*. Disponível em:

<http://www.robertomarinho.com.br/obra/globosat/expansao/canal-futura.htm> Acesso realizado em 15 de junho de 2017.

2 DOIS PROJETOS DE “CANAL DO CONHECIMENTO”

2.1 Em busca de uma identidade visual

O nome, o logotipo, a cor predominante e o *slogan* de uma emissora são elementos que a identificam e a diferenciam dentro do campo televisivo. A construção da identidade visual da *La Cinquième* e do Canal Futura foi um processo determinante para a concepção dos projetos de cada uma das emissoras.

Em 1996, a Fundação Roberto Marinho contratou a empresa Retrato – Consultoria & Marketing Ltda. para realizar uma pesquisa qualitativa que avaliasse tanto a recepção do público à criação de um canal educativo quanto o impacto dos prováveis nomes para a nova emissora.

A pesquisa reuniu os seguintes segmentos: jovens estudantes de escolas públicas entre 13 e 17 anos pertencentes às classes sociais C e D; jovens estudantes de escolas particulares entre 13 e 17 anos pertencentes às classes sociais A e B; pais de alunos de escolas públicas e particulares; e professores de escolas públicas e particulares. Todos os participantes eram residentes na cidade do Rio de Janeiro. Os grupos responderam a um questionário, além de participarem de entrevistas.

A Retrato apresentou aos entrevistados oito opções de nomes para a emissora. No momento de avaliação dos nomes, os membros participantes já tinham conhecimento de que a Fundação Roberto Marinho era uma das organizadoras do novo canal educativo. Os nomes pré-definidos eram: TV Aberta, TV Idéia, TV Viva, Canal do Conhecimento, TV do Futuro, Futura, Canal 10, Lógos.⁴⁹

O nome TV Aberta foi “criticado por todos os segmentos pesquisados”, especialmente pelos jovens, que o consideraram de duplo sentido, sendo inclusive alvo de piadas e brincadeiras: “Se colocarem TV Aberta, as pessoas vão pensar logo besteira. Vão pensar outra coisa. O que é que está aberto?”, dizia um dos entrevistados. Outros entrevistados chamaram a atenção para o fato de que o termo “aberta” é muito abrangente e, por consequência, demasiadamente “vago”, o que não coadunava com a proposta de um canal “voltado para um tema específico”,

⁴⁹ O relatório da *Retrato – Consultoria & Marketing Ltda.* não faz menção alguma a quem tenha criado esses nomes, mas tudo indica que eles tenham surgido dentro da Fundação Roberto Marinho e enviados para a *Retrato* para a avaliação de suas potencialidades frente ao futuro público-alvo da emissora, pois caso fosse uma indicação da própria *Retrato*, tal informação estaria mais clara no relatório.

como a educação. Um outro entrevistado foi ainda mais incisivo: “Esse nome não diz nada. Dá a impressão de TV qualquer coisa”. Apenas entre alguns professores o nome TV Aberta atingiu uma certa “receptividade”. Para eles, um canal batizado com esse nome estaria associado a uma “proposta ampla e diversificada”, identificada “como um espaço democrático”.⁵⁰

O segundo nome consultado foi TV Idéia, sugestão aprovada “principalmente no segmento de alunos”, por passar a impressão de “dinamismo e criatividade”. Um dos entrevistados confirma: “Achei ótimo, me lembrei logo de uma lâmpada, quando a gente tem uma boa ideia, quando a gente pensa alguma coisa interessante”. O nome TV Idéia teria uma associação rápida com situações práticas, o que, por outro lado, apareceu como aspecto negativo, já que, para alguns dos entrevistados, tal característica não revelaria o escopo real do canal. Um dos entrevistados aponta que “esse nome não atrai, não diz nada, não dá idéia de educação. Parece pequenas empresas, grandes negócios”, numa referência ao programa dominical dedicado ao mundo empresarial veiculado pela Rede Globo. Já outro entrevistado faz uma associação ainda mais inusitada ao dizer que o nome “não combina com educação. Parece canal 51, uma boa idéia”, em alusão ao slogan de uma conhecida marca de cachaça comercializada no Brasil. Parte dos entrevistados ainda associou o nome TV Idéia a uma emissora que veicularia “receitas”, “dicas”, “como fazer”, como revela um deles: “Você pensa que é um canal que vai te ensinar experiências, macetes, utilidades, artesanato”. Idéia “parece nome de um programa, e não de um canal de televisão. É tipo *Note e Anote*”. Ou seja, para este entrevistado, o nome TV Idéia caberia muito mais a um programa do que a uma emissora, traçando inclusive um paralelo com a então atração vespertina da Rede Record comandada pela apresentadora Ana Maria Braga. O nome TV Idéia suscitou os mais jovens, ainda, uma aversão pela utilização do termo “TV”, que seria coisa do passado, como exemplifica um deles: “Os meus pais falam TV, eu não, eu falo Canal. TV é uma coisa mais antiga, de outro tempo. Me lembra TVE, TV Cultura, uma coisa mais formal”. Considerando que, inicialmente, metade dos oito nomes sugeridos carregava o termo “TV”, podemos inferir de que essa associação negativa do termo “TV” com o passado e com os canais públicos foi fortemente considerada pelos dirigentes da emissora no momento final da escolha do nome, sobretudo por ser um

⁵⁰ RETRATO. *Pesquisa qualitativa – Fundação Roberto Marinho – Canal de Educação*. Rio de Janeiro, 1996, p.29

dos objetivos declarados da nova emissora da FRM se afastar da imagem de formalidade que representava o modelo da TVE e da TV Cultura.⁵¹

O terceiro nome avaliado foi TV Viva, rejeitado por todos os públicos devido a múltiplos fatores.⁵² Alguns entrevistados, por exemplo, o associavam a emissoras de cunho religioso: “Acho que vai confundir com TV Vida, que já existe, é muito parecido”; o mesmo entrevistado faz, inclusive, uma associação equivocada ao dizer que “lembra a televisão dos crentes”, já que o termo “crente” era utilizado popularmente para se referir aos evangélicos, e a Rede Vida era ligada à Igreja Católica. Outros afirmavam que o nome passaria uma impressão de que a emissora veicularia apenas programas sobre temas biológicos: “Aliás me lembrou também alguma coisa de ecologia, da vida das plantas, dos animais”. E, por fim, alguns entrevistados associaram o nome a programas desenvolvidos pelo poder público, no âmbito local: “Isso está muito manjado, é muito brega, antiquado. Já tem Viva Rio, Viva Cazuza”.⁵³

O próximo nome avaliado foi Canal do Conhecimento. De modo geral, o nome teve uma boa aceitação entre a maioria dos entrevistados, o que levou os membros da consultoria a concluir que aquele nome se adequava a uma proposta educativa. Entretanto, a avaliação não passou sem críticas, sendo que as principais estavam diretamente ligadas à extensão do nome: “A palavra conhecimento é boa nesse caso, tem a ver com aprendizado, combina também com escola, mas é muito grande”, comentou um dos entrevistados. Isto motivou os consultores a sugerir em substituição da palavra “conhecimento” pelo termo “saber”. Já a outra crítica partiu do grupo de professores, que dizia que o nome era muito “pretensioso” e “prepotente”. “Canal do Conhecimento fica muito forte, prepotente. Parece que todo o conhecimento está armazenado lá”.⁵⁴ Os dirigentes da FRM parecem ter ouvido e assimilado parte da avaliação sobre o nome Canal do Conhecimento, pois ainda que este não tenha se transformado no nome oficial da emissora, tornou-se o seu

⁵¹ RETRATO. *Pesquisa qualitativa – Fundação Roberto Marinho – Canal de Educação*. Rio de Janeiro, 1996, pp.30-31

⁵² Curiosamente, o nome TV Viva, amplamente rejeitado pelo público entrevistado em 1996, teria, a partir do ano de 2010, um quase homônimo, o *Viva*, canal também operado pela Globosat, dedicado majoritariamente à reprise de produções das décadas passadas da Rede Globo, com enorme destaque para a teledramaturgia, mas também com espaço cativo para programas de música como o *Globo de Ouro* e humorísticos como *TV Pirata* e *Viva o Gordo*.

⁵³ RETRATO. *Pesquisa qualitativa – Fundação Roberto Marinho – Canal de Educação*. Rio de Janeiro, 1996, pp.31-32

⁵⁴ RETRATO. *Pesquisa qualitativa – Fundação Roberto Marinho – Canal de Educação*. Rio de Janeiro, 1996, pp.32-33

principal slogan e serviu como forma de reforçar uma nova identidade frente aos tradicionais canais educativos.

O quinto nome a passar pelo crivo dos entrevistados foi TV do Futuro, que despertou avaliações ambivalentes. Por um lado, foi visto como “uma proposta avançada de ponta, com recursos modernos e dinâmicos, despertando assim o interesse do público”. Por outro, “a expressão do futuro sugere uma certa abstração”, como se a sua programação não tivesse ligação direta com a vida prática. Na opinião de um dos entrevistados, TV do Futuro “parece a televisão que vai mostrar o ônibus do futuro, as cidades do futuro. Dá a idéia de que é uma televisão que vai falar sobre o futuro, sobre naves espaciais”. Tal percepção parece ter sido decisiva para a não-escolha do nome, ainda que para alguns dos entrevistados o nome indicasse precisamente que “a educação é o X do problema e que pode melhorar o futuro das pessoas”.⁵⁵

Se TV do Futuro não agradou, o mesmo não se pode dizer do sexto nome avaliado, Futura. Apesar de algumas críticas insistirem na linha do pretense distanciamento com o presente, como na opinião de um dos entrevistados, que afirma: “Qualquer coisa com a palavra ‘futuro’ parece que não é para agora. Parece alguma coisa muito distante. Também não tem nada a ver com educação, parece nome de seriado de ficção científica”. O nome Futura teve uma boa aceitação entre os grupos de pais e professores. Um dos entrevistados afirmou: “Tem diferença entre o nome Futura e o nome TV do Futuro. A Futura é uma coisa que a gente pode construir, é mais concreta. A TV do Futuro é mais distante”. Outras opiniões endossavam ainda mais essa percepção: “Futura é melhor do que TV do Futuro. É mais clean, mas fácil de memorizar”. Um dos entrevistados ainda notou que: “Futura rima com cultura. Achei forte, é uma coisa para frente, é o presente projetado no futuro. Vai chamar a atenção, vai marcar”.⁵⁶ Apesar dos consultores indicarem no relatório que alguns dos entrevistados mais jovens afirmaram que havia uma marca de canetas de mesmo nome, o que comprometeria o ineditismo, os dirigentes da emissora parecem ter ficado satisfeitos com as primeiras impressões que o nome Futura causou no grupo dos adultos, seja pela ideia da educação como ferramenta

⁵⁵ RETRATO. *Pesquisa qualitativa – Fundação Roberto Marinho – Canal de Educação*. Rio de Janeiro, 1996, p.33.

⁵⁶ RETRATO. *Pesquisa qualitativa – Fundação Roberto Marinho – Canal de Educação*. Rio de Janeiro, 1996, pp.33-34.

para o futuro, seja pela proximidade sonora com uma das principais concorrentes educativas, a TV Cultura.

Houve, ainda, a avaliação de mais dois nomes, Canal 10 e Logos. O Canal 10 possuiu uma boa avaliação de todos os segmentos, sobretudo por fazer uma referência clara a um elemento positivo, como constatou um dos entrevistados: “Se você for analisar, o 10 parece uma nota, e é uma nota ótima. Dez é uma coisa positiva, sinal de que o canal é bom”. O tamanho menor do nome também agradou: “Gostei desse nome porque ele é pequeno e fácil, fácil para a gente decorar. Criança não gosta de nome grande. A Bandeirantes, por exemplo, eles só chamam de Band”. Porém, como pontos negativos, os consultores destacaram que houve uma associação, ainda que tênue, com o cinejornal *Canal 100*: “Soa bem, é bom, fica bonito. Mas lembra um pouco aquele Canal 100, que é antigo, tem mais história”. Outro ponto destacado era que a “adoção deste nome” estaria condicionada à “exibição de sua programação no canal 10 em todas as localidades que alcançar”, para que houvesse “uma coerência entre o nome e sua sintonia”, impossibilidade técnica que pode ter sido decisiva na recusa final do nome.

E, por fim, o último nome analisado, Logos, ficou no grupo dos rejeitados por todos os públicos. A principal reclamação dos entrevistados era a de não conseguir estabelecer ligação entre o nome e as questões educacionais, estando mais próximo de elementos ligados a programas de computador: “Para as pessoas do interior esse nome não quer dizer nada. Achei o pior de todos, parece tecnológico demais. Tem que ser mais comum do que isso, não chama a atenção”. Um outro entrevistado faz uma observação no mesmo sentido, mas ainda acrescentando outro elemento: “Logos não diz nada, parece vídeo game, ou então o nome daquele carro”,⁵⁷ em alusão ao veículo *Logus* da Volkswagen, produzido no Brasil entre os anos de 1993 e 1997.

Ao final de todo esse processo de avaliação o resultado da pesquisa de opinião realizada pela Retrato – Consultoria & Marketing Ltda. forneceu subsídios importantes para a decisão final dos dirigentes da FRM. O nome Futura, apesar de não ter sido unanimidade entre os entrevistados e mesmo entre os consultores era aqueles que mais de adequava aos objetivos da nova emissora. E assim, o novo

⁵⁷ RETRATO. *Pesquisa qualitativa – Fundação Roberto Marinho – Canal de Educação*. Rio de Janeiro, 1996, pp.35-36.

canal educativo seria batizado com nome e sobrenome e passaria a ser conhecido a partir de então como: Futura, o canal do conhecimento.

Na França, o anúncio do nome da primeira emissora educativa ocorreu sem muitos alardes, em julho de 1994, cinco meses antes de sua estreia oficial. Em comunicado à imprensa Jean-Marie Cavada informou que o canal se chamaria *La Cinqüième*, ou seja, uma pequena variação em relação à extinta *La Cinq*.⁵⁸ O nome escolhido não carregava diretamente nenhuma relação com a temática do saber e do conhecimento, como aventou, posteriormente o Futura em sua escolha. E tal opção pode ter sido deliberada para evitar que a emissora ficasse presa a um nicho específico da audiência, o que estava de acordo com as declarações correntes de Cavada que defendia uma programação popular e generalista. Desse modo, a escolha do nome seguiu a lógica das outras emissoras francesas que associavam sua marca a ordem de seu aparecimento ou sua frequência, tal qual TF1, *France 2*, *France 3*, M6.

De certo modo, o Canal Futura também tinha o seu pé em terras francesas. A agência de design Gédéon, especializada em projetos para canais televisivos, foi contratada pela Fundação Roberto Marinho para produzir o *On-air look*⁵⁹ da emissora. A agência já havia trabalhado com a Globosat na reformulação da identidade visual dos canais *Telecine*, em 1995. Criada em Paris, desde 1984 a agência desenvolvia “identidades corporativas, projetos gráficos para a programação televisiva, direção de arte, assessoria de *marketing* e gestão para o desenvolvimento de canais”. Entre os trabalhos da Gédéon estão o desenvolvimento das identidades televisivas da *France Télévisions*, das estadunidenses *Disney Channel* e *Nickelodeon*, da mexicana *Cadenatres*, as espanholas *Cuatro* e *Quiero*, entre outros (SANDE, 2010, p.70).

Em comunicado divulgado em meados de julho de 1994, Jean-Marie Cavada anunciou que as agências responsáveis pela criação dos logos, da identidade visual e da campanha publicitária de lançamento da emissora seriam escolhidas após uma

⁵⁸ *Le monde*. La chaine thématique émettra pour la première fois le 15 décembre 1994 de 7 heures à 19 heures. Paris, 15 de julho de 1994, p.17.

⁵⁹ Termo do Design utilizado para se referir a um projeto específico de *motion graphics*. Seu objetivo é “determinar a linguagem audiovisual de um canal televisivo e aplicá-la as mais variadas peças de *motion graphics*”. É o melhor termo para designar um projeto de identidade corporativa de uma emissora televisiva (SANDE, 2010, p.139).

chamada pública ainda no final do mês.⁶⁰ A *La Cinquième* teve seu projeto gráfico comandado por Philippe Lallemand, que já havia participado de outros projetos com Jean-Marie Cavada. Ao comparar os dois logos, se não oriundos da mesma empresa, são, pelo menos, de uma mesma escola de design. O primeiro elemento que podemos destacar é o de sua forma circular, em oposição ao quadrado – figura que transmite a ideia de solidez, de algo rígido. Nos dois projetos a utilização do círculo revelaria a busca por uma identidade arrojada, inovadora, flexível, que transmitisse a ideia de que as emissoras estavam conectadas com os ares do novo século que se aproximava.

Destacamos, nos dois logos, ainda, as referências às bandeiras nacionais. No caso da *La Cinquième*, há uma referência explícita à bandeira tricolor francesa, com o predomínio da cor azul do disco contrastando com o número 5 na cor branca, e a acentuação do nome da emissora grafado na cor vermelha. No logo do Canal Futura, a cor verde é predominante, tal qual na bandeira brasileira (figura 2).

Figura 2 – Logotipos da *La Cinquième* e do Canal Futura



Fonte: Montagem produzida pelo autor a partir dos logotipos oficiais disponíveis *on-line*.

Mesmo antes de janeiro de 2002, quando a *La Cinquième* se tornou *France 5*, e teve sua identidade visual completamente alterada, algumas pequenas modificações já haviam sido realizadas no logotipo oficial.

O processo de construção da imagem de “canal do conhecimento” perdurou ao longo de toda a trajetória inicial da *La Cinquième* e do Canal Futura. Desde o projeto inicial de identidade visual, passando pelas ações publicitárias é notável, e

⁶⁰ *Le Monde*. « La chaîne thématique émettra pour la première fois le 15 décembre 1994 e 7 heures à 19 heures ». Paris, 15 de julho de 1994, p.17.

perceptível, o esforço por parte das emissoras em consolidar uma determinada imagem frente ao público.

Da parte da *La Cinquième*, para além das campanhas publicitárias, a preocupação com a imagem do conhecimento transparecia nas inúmeras pesquisas de audiência dirigida encomendadas pelo canal. Nessas sondagens eram frequentes perguntas que buscavam avaliar o impacto da imagem da emissora sobre o público. Em outras palavras, para a emissora era importante que a sua missão educativa fosse reconhecida por um público mais amplo, que incluísse mesmo os setores que não faziam parte de sua audiência cativa.

No caso do Canal Futura, as áreas de comunicação e *marketing* eram peças fundamentais na engrenagem da emissora. O trabalho de divulgação, interna e externa, nos veículos das Organizações Globo era intenso, sobretudo, considerando que a principal contrapartida para o investimento milionário dos parceiros no canal era a difusão de sua imagem em todas as campanhas da emissora.

Um dado revela a importância do setor de *marketing* dentro da estrutura organizacional da emissora. Do orçamento total de R\$ 12,8 milhões, 7% era destinado ao setor de *marketing* enquanto 6% era destinado à Mobilização Comunitária.⁶¹ Em outros termos, uma das iniciativas mais divulgadas pelo Canal Futura como seu diferencial tinha um orçamento menor do que o próprio setor que a anunciava. Por outro lado, o Canal Futura conseguia investir 53% de seu orçamento na produção de programas.⁶² Enquanto a *La Cinquième* investia cerca de 1/3 de seu orçamento.

No âmbito da divulgação externa, podemos destacar a qualidade das peças publicitárias e anúncios, as quais tinham por objetivo apresentar, ao mesmo tempo, o Futura como “canal do conhecimento” e “canal da descoberta”. Essas campanhas publicitárias foram reponsáveis pela construção e reconhecimento da imagem da emissora ao longo dos anos, tendo um impacto positivo, sobretudo, na parcela da população que não tinha acesso ao canal, mas que sabia de sua existência, e de seus objetivos educacionais, pelos anúncios nos jornais, no rádio e na televisão.

A partir dessa constatação não podemos desconsiderar o impacto das áreas de comunicação e *marketing* na trajetória do Canal Futura. Percebe-se que a

⁶¹ LABORIS. *Relatório de Macro Processos, Estrutura Organizacional e Análise dos Pontos de Atenção*. Rio de Janeiro, 30 de agosto de 1999, p.9

⁶² LABORIS. *Relatório de Macro Processos, Estrutura Organizacional e Análise dos Pontos de Atenção*. Rio de Janeiro, 30 de agosto de 1999, p.9

emissora buscou, ao longo de seus primeiros anos, construir uma imagem e uma identidade ligada a atributos tais como: arrojado, atrativo, despojado, leve. Em outras palavras, todas as qualidades que a televisão educativa pública tradicional não possuía ou nem era capaz de demonstrar à sociedade, dada a escassez de seus recursos e a precariedade de seus meios como vimos no capítulo anterior.

Dessa forma, as campanhas publicitárias desenvolvidas pelas áreas de comunicação e *marketing* constituíam-se como um dos principais pilares na estratégia de construção da imagem e da marca do Canal Futura como uma emissora do conhecimento.

Essa estratégia transparece nos relatórios internos e balanços das ações desenvolvidas pelas áreas de comunicação e *marketing* da emissora:

A campanha do 3º ano do Canal Futura visa focar o nosso conteúdo educativo, onde desenvolvemos o conceito de um canal de televisão útil no dia-a-dia do espectador e que ensina de forma diferente e inusitada. O Futura completou três anos anunciando “Uma TV como você nunca imaginou”. Assim é o Canal Futura. Uma TV que foi desenvolvida para ampliar o conhecimento através de programas que oferecem a educadores, crianças e adultos, estudantes e trabalhadores, novas maneiras de aprender e ensinar. Para esta campanha comemorativa do ano 3 foram desenvolvidas as seguintes peças: filme 30”, spot de rádio 30” e 5 anúncios para mídia impressa. As peças foram veiculadas na mídia da contrapartida (TV Globo, Jornal O Globo, Sistema Globo de Rádio, Globosat e Canal Futura), em jornais afiliados e na Editora Globo”.⁶³

Além de destacar o objetivo central das ações publicitárias, centradas no “conceito de um canal de televisão útil no dia-a-dia do espectador e que ensina de forma diferente e inusitada”, o relatório produzido pela gerência de comunicação revelou, quantitativamente, quais foram as peças publicitárias e os veículos de sua inserção durante o ano 2000. O relatório indica ainda parcerias “com os jornais afiliados, Editora Globo e NET Brasil” que ampliaram a visibilidade da campanha com a publicação dos anúncios nos seguintes veículos: Jornal *Diário Catarinense* – Florianópolis; *Jornal de Tocantins*; *Jornal Correio da Bahia*; *Jornal Gazeta de Alagoas*; *Jornal Tribuna do Norte* – Natal; *Jornal Zero Hora* – Porto Alegre; *Jornal da Paraíba* – João Pessoa; *Jornal Tribuna de Santos*; *Revista Época*; *Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios*; *Revista Galileu*; *Revista Criativa*; *Revista Globo Rural*; *Revista da NET*.

⁶³ FUTURA. *Três anos do canal do conhecimento*. Rio de Janeiro, 2000.

O Sistema Globo de Rádio também fez parte das ações promocionais. Nas emissoras *98 FM* e *Globo AM* São Paulo, “foram feitas chamadas ao vivo ‘ligue e ganhe’ durante a programação dos dias 21, 22 e 23 de setembro de 2000, onde os ouvintes que participaram receberam kits do canal futura”. Os kits eram compostos por brindes como “lapiseira e caneta, bolsa de lona, bola de futebol, bola de plástico e caixa de bombom”.⁶⁴

Há 4 anos o Canal Futura vem contribuindo para uma televisão brasileira de qualidade e já colocou 30 mil horas de programação educativa no ar. Nosso desafio é mostrar que muito mais do que para ser visto, o Futura é um canal que pode ser utilizado pela sua audiência. 9 mil instituições sociais distribuídas por todo território nacional, usam o Futura.⁶⁵

Pelos parceiros escolhidos para as ações, veículos de expressão nacional, mas também outros de corte regional e até mesmo local, verificamos a preocupação da área de comunicação e *marketing* em contemplar todas as regiões do Brasil, bem como uma variedade de veículos e conseqüentemente de público.

Além da abrangência nacional, o setor buscava inovar na criação de produtos criativos e originais. Uma dessas ações publicitárias foi a “cinta comemorativa” dos três anos da emissora, entregue na edição do dia 17 de setembro de 2000 do jornal *O Globo* aos assinantes do Estado do Rio de Janeiro (com uma tiragem de 255 mil exemplares). Essa mesma edição ainda publicou mais quatro anúncios da campanha “Uma TV como você nunca imaginou”.⁶⁶ O mote dessa campanha servia inclusive para alimentar a imaginação dos telespectadores que não acompanhavam o canal. Afinal, a emissora estaria além da imaginação do próprio público.

No dia 09 de dezembro de 1994, às vésperas de inauguração da *La Cinqüième*, o âncora do telejornal *JA20h*, Bruno Masure, informou sobre a campanha publicitária que seria divulgada na imprensa escrita, no rádio e na televisão.⁶⁷ Cartazes estampavam uma mesma mensagem: “Eduquons! C’est une insulte? (Eduquemos! É um insulto?). A frase provocadora em destaque no lado esquerdo superior era seguida da imagem de reações inusitadas de diferentes rostos, homens, mulheres, crianças, negros, brancos, da cidade e do campo, representando a diversidade da população francesa. Na parte inferior esquerda

⁶⁴ FUTURA. *Três anos do Canal do conhecimento*. Rio de Janeiro, 2000.

⁶⁵ CANAL FUTURA, *Quatro anos do canal do conhecimento*. Rio de Janeiro, 2001.

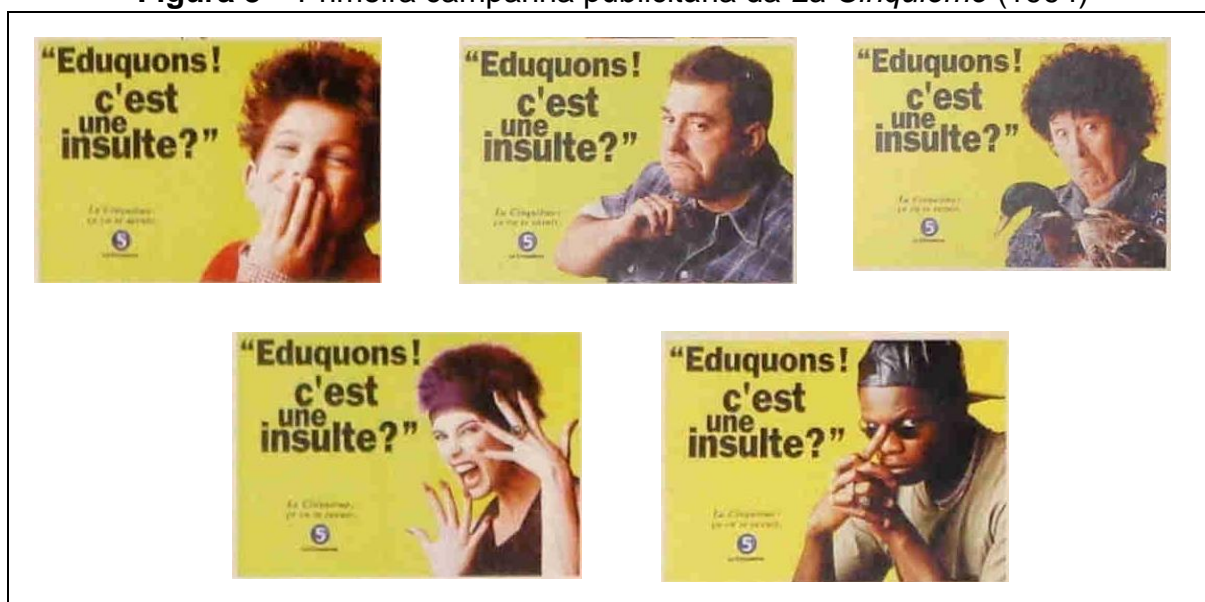
⁶⁶ FUTURA. *Três anos de canal do conhecimento*. Rio de Janeiro, 2000.

⁶⁷ Vídeo disponibilizado em <http://www.ina.fr/video/CAB94107065>. Acesso em: 17 de agosto de 2016.

ainda era possível ler a frase *La Cinquième: ça va se savoir* (La Cinquième: isso será conhecido), seguido do logo oficial da emissora (figura 3).

A campanha foi concebida por Daniel Robert, da agência SNC, e tinha por objetivo informar sobre a inauguração da *La Cinquième*, não sem buscar um efeito de surpresa com o destaque para a especificidade educativa do canal. Relatórios internos da *La Cinquième* indicam que esta primeira campanha foi um sucesso, em termo de impacto, com uma taxa de reconhecimento de 84%.⁶⁸

Figura 3 – Primeira campanha publicitária da *La Cinquième* (1994)



Fonte: LA CINQUIÈME. Regards sur la télévision du savoir de la formation et de l'emploi. 1997, p.18.

Em julho de 1995, pouco mais de seis meses após a inauguração da *La Cinquième*, foi lançada uma segunda campanha publicitária.⁶⁹ Produzida pela agência *DDB Les Arts* e intitulada “*La Cinquième on en apprend tous les jours*” (Na *La Cinquième* aprende-se todos os dias), foi veiculada no rádio, na televisão, na imprensa e em cartazes, tendo por objetivo ampliar a audiência da emissora. O principal destaque de seu material era a relação dos mais diversos públicos (crianças, adolescentes e adultos) com a grade de programação da *La Cinquième*. O intuito era fazer com que esses novos telespectadores pudessem assistir as atrações do canal e testar a sua capacidade de apresentar o conhecimento de uma

⁶⁸ LA CINQUIÈME. Regards sur la télévision du savoir de la formation et de l'emploi. 1997, p.18. Arquivos *France Télévisions*.

⁶⁹ *Le Monde*. “Télévision: les thèmes de la nouvelle campagne de communication de La Cinquième. Paris, 04 de julho de 1995.

forma prazerosa.⁷⁰ Os cartazes da campanha eram compostos basicamente por três elementos: uma frase principal, em destaque, no alto da página; uma imagem do lado esquerdo; e do lado direito, ao lado da imagem, um breve texto explicativo seguido do logo da emissora e do tema da campanha (figura 4).

Figura 4 – Segunda campanha publicitária da *La Cinquième* (1995)

The figure displays six posters for the La Cinquième television channel, arranged in a 2x3 grid. Each poster features a central image and text in French. The posters are:

- Top Left:** A girl in a green Christmas tree costume. Headline: "Si à Noël, votre petite dernière décrète que c'est hyper mieux de se prendre pour un arbre que de le couper, respirez à fond, c'est La Cinquième." Sub-headline: "Ca tourne Bromby".
- Top Middle:** A man in a black outfit sitting on a guitar. Headline: "Si votre copain Frankie vous parle avec émotion des festivals d'Orange ou d'Avignon, pas d'angoisse, c'est La Cinquième." Sub-headline: "Autour des festivals", le dimanche à 14h30.
- Top Right:** A baby in a high chair. Headline: "Si votre femme vous déclare que ceci (oui, ceci!) fera de votre fils un homme épanoui, restez calme, c'est La Cinquième." Sub-headline: "Fête des bébés", en semaine à 11h30 et le samedi à 12h00.
- Bottom Left:** A man in a red and white outfit performing a handstand. Headline: "Si pour Noël, votre mari fait tout un cirque en descendant par la cheminée en trapèze et sans filet, pas de panique, c'est La Cinquième." Sub-headline: "Il était une fois... le cirque".
- Bottom Middle:** A man in a primitive outfit holding a club. Headline: "Si votre fils vous demande pour Noël une machine à remonter le temps, ne cherchez pas midi à quatorze heures, c'est La Cinquième." Sub-headline: "Le roman de l'homme".
- Bottom Right:** A girl in a blue dress holding a knife. Headline: "Si votre petite-fille Nina passe ses week-ends avec des gardes républicains ou un saumon de Dordogne, il n'y a rien de grave, c'est La Cinquième." Sub-headline: "Va savoir" avec Gérard Klein, le samedi à 12h30 et le dimanche à 18h30.

Each poster includes the La Cinquième logo and the slogan "On en apprend tous les jours".

Fonte: Service Archives France Télévisions

A terceira campanha, veiculada no segundo semestre de 1996, trouxe algumas mudanças relevantes. A principal delas foi a retirada das imagens de pessoas, constantes nas duas primeiras campanhas. Na nova ação publicitária foi mantido o tom lúdico, porém a grande personagem foi o aparelho televisivo, exibido de formas diferentes em cada um dos anúncios, mas sempre ligado a um discurso engajado sobre o papel da televisão frente aos problemas sociais. E

⁷⁰ LA CINQUIÈME. Regards sur la télévision du savoir da la formation et de l'emploi. 1997, p.18. Arquivos France Télévisions.

consequentemente, do conhecimento na superação desses problemas. A atenção recaí também para a grade de programação, apresentada em três eixos: educação, descoberta e emprego (figura 5).⁷¹

Figura 5 – Terceira campanha publicitária da *La Cinquième* (1995)



Fonte: Service Archives France Télévisions

Os anúncios traziam em si uma mesma estrutura. Com uma frase de destaque na parte superior; uma imagem representando uma determinada situação no centro da página; no canto inferior direito a descrição da programação por área; e no rodapé da página o logo da emissora seguido da frase já conhecida, mantida da campanha anterior. As frases de destaque exploravam aspectos ligados a importância que a emissora buscava desempenhar na vida dos franceses com a sua programação. O anúncio da área de educação, por exemplo, estampava a frase: “*Attention. Ce qu’un enfant regarde est aussi importante pour sa croissance que ce qu’il mange*” (Atenção. O que uma criança assiste é tão importante para o seu crescimento quanto aquilo que ela come). Já o cartaz dedicado a área de descoberta afirmava: “*2 mètres. C’est la distance maximum qui devrait séparer chaque Français de la connaissance*” (2 metros. Esta é a distância máxima que separa cada francês do conhecimento). E o terceiro cartaz faz uma referência explícita à crise do desemprego vivida pelo país a partir da seguinte indagação: “*La télévision peut-elle rester les bras croisés face au premier souci des Français: l’emploi?*” (Pode a televisão permanecer de braços cruzados frente a primeira preocupação dos franceses: o emprego?). Cada uma das imagens escolhidas

⁷¹ LA CINQUIÈME. Regards sur la télévision du savoir de la formation et de l’emploi. 1997, p.18. Arquivos France Télévisions.

dialogava diretamente com as frases. Na primeira, o aparelho de televisor, redondo, faz às vezes de um prato ao lado de talheres. Na segunda imagem um par de meias aparece posicionado em frente a um aparelho televisor com a tela branca, remetendo à forma mais usual dos telespectadores se posicionarem frente ao aparelho. E por último um aparelho televisor, com a tela escura sem sintonia aparece com suas antenas cruzadas, como se fossem dois braços. Os três cartazes possuíam uma cor forte de fundo: azul, laranja e verde, respectivamente. Cada anúncio trazia três programas em destaque. No caso da educação, os programas escolhidos foram os de língua estrangeira, *La preuve par Cinq* e *Le sens de l'histoire*. Para a área da descoberta, os programas escolhidos foram *Droit d'auteurs*, *Teva* e *Va savoir*. E por fim, na área de emprego, *Atout savoir*, *Demain... l'emploi* e *Business humanum est*.

No caso do Canal Futura, a empresa responsável por sua campanha publicitária de inauguração foi a agência *Standard*, com a produção dos filmes realizada pela *Conspiração*, e a direção de Claudio Torres. Na peça, intitulada *Vencedores*, foram gravados depoimentos de mais de 20 personalidade, entre eles: “Luis Fernando Veríssimo e Rachel de Queiroz, a apresentadora Hebe Camargo, as atrizes Camila Pitanga e Eva Wilma, os atletas Tande e Oscar e o cineasta Arnaldo Jabor.”⁷² Além dos filmes para a televisão havia uma “parte impressa da campanha” com “anúncios de jornal e revista” que mostravam com grafismos, “uma TV transferindo conhecimento por meio de símbolos”, nos quais predominavam as cores verde e amarelo”.⁷³

Ao longo dos anos outras diversas campanhas publicitárias foram veiculadas nos mais variados meios de comunicação. O jornal *O Globo*, por exemplo, era um espaço cativo para as propagandas da emissora, que por meio da divulgação de anúncios de seus programas apresentava seus valores aos leitores do jornal e reforçava a construção de sua imagem como canal do conhecimento.

No dia 10 de julho de 2000, *O Globo* publicou um anúncio, de meia página, informando aos seus leitores que o programa *Teca na TV* havia acabado de passar por uma reformulação (figura 6).

Na parte inferior do anúncio cinco linhas explicavam as novidades do programa:

⁷² *Blues Bus*, “Conspiração filma nesse momento no Rio campanha da TV Futura”. 09/09/1997.

⁷³ *Meio & Mensagem*, “Depoimentos gravados”. 15/09/1997.

Estimule o seu filho a conhecer o novo mundo da Teca a partir do dia 10, no Canal Futura. Ele vai adorar ganhar uma amiga. Agora o programa está mais dinâmico com novos personagens, cenários e desenhos. Só não mudou o seu objetivo, que é estimular o interesse infantil, educando de uma maneira alegre e interativa. O programa passeia entre o imaginário e o real, mostrando o universo de crianças entre 3 e 7 anos.

Figura 6 – Propaganda *Teca na TV* no jornal *O Globo*

Fonte: *O Globo*, 10 de julho de 2000, Caderno de Esportes, p.4.

Ainda de acordo com o anúncio os novos horários de exibição, a partir do dia 10 de julho, seriam de segunda a sexta-feira diariamente, às 7h30, 14h00 e 19h00, com reprises aos sábados às 14h20 e aos domingos às 8h00.

Ainda n' *O Globo*, no dia 1º de dezembro de 2000 foi a vez de um anúncio, também de meia página, divulgar a estreia do *Fala Galera*⁷⁴, novo programa do Futura, apresentado por Serginho Groisman (figura 7):

Serginho Groisman estreia hoje o programa *Fala Galera* no Canal Futura. Serginho vai às escolas debater questões superatuais como

⁷⁴ Com apenas 8 episódios, o debate comandado por Serginho Groisman tinha o “objetivo de aprofundar as discussões de temas relacionados ao universo juvenil, estimulando uma postura crítica por parte dos jovens” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.188).

sexo, mercado de trabalho, drogas, tecnologia e outros temas que fazem a cabeça da juventude. Fique ligado no Futura. A galera será o foco desse programa.⁷⁵

Figura 7 – Propaganda *Fala Galera* no jornal *O Globo*



Fonte: *O Globo*, 01 de dezembro de 2000, Esportes, p.38

O primeiro anúncio de 2001 dedicado à programação do Canal Futura foi publicado no dia 27 de março pelos jornais *O Globo* e *Extra*. Tratava-se de uma propaganda do programa *Brava Gente Brasileira*, no dizeres: “este país tem uma brava gente que você não pode deixar de conhecer”, além das informações sobre os dias e horários de veiculação (figura 8).

Figura 8 – Propaganda *Brava Gente Brasileira*



Fonte: FUTURA. Quatro anos de canal do conhecimento. 2001.

⁷⁵ *O Globo*, 01 de dezembro de 2000, Esportes, p.38

No dia 12 de abril de 2001, foi publicado um outro anúncio de meia página no jornal *O Globo*, dessa vez tratava-se da estreia do *Umás Palavras*⁷⁶, programa de entrevistas comandado por Bia Corrêa do Lago, com transmissão toda quinta-feira às 21h30 e reprises às quartas e domingos às 23h e 18h30, respectivamente. No programa de estreia, que foi ao ar no dia 12 de abril, o convidado era o cantor e compositor, Chico Buarque. A parte inferior do anúncio trazia uma descrição que ressaltava a participação de grandes nomes da literatura e da música, não somente brasileira:

Um programa de entrevistas com Bia Corrêa do Lago, onde Chico Buarque, Luís Fernando Veríssimo, Titãs, Ferreira Gullar, João Ubaldo Ribeiro, Zuenir Ventura, Nelson Motta, Nélide Piñon, Paulo Coelho, José Saramago e outros importantes nomes da cultura falam de si mesmas, do processo criativo e do uso da língua portuguesa.⁷⁷

Ainda no mês de abril, no dia 26, foi a vez do anúncio do programa *Um pé de quê?*⁷⁸, apresentado por Regina Casé, ser publicado no jornal *O Globo*.

Das páginas dos jornais para as páginas das revistas, havia uma transformação dos anúncios. Produzido para ser veiculado nas revistas *Época* e *Galileu*, o anúncio mesclava informações sobre os três programas anunciados separadamente no *O Globo* (figura 9). Na revista *Época* a veiculação estava programada para 4 de agosto de 2001 enquanto na *Galileu* estava prevista para a edição que chegaria às bancas em setembro, o anúncio trazia a frase:

Queremos dizer **umas palavras** (quarta, às 23h) a essa **brava gente brasileira** (segunda, às 23h30) que sempre acreditou que o país dá pé. Mas **um pé de quê?** (terça, às 21h30) [...] Ver respostas no Canal Futura. Não perca. Com Stênio Garcia, Regina Casé, Bia Corrêa do Lago.⁷⁹

⁷⁶ Inaugurado em 2001, “o programa acompanha o bate-papo de Bia Fonseca Corrêa do Lago com as maiores personalidades da literatura e da música brasileiras, muitas vezes recebendo também convidados internacionais como José Eduardo Agualusa, Mia Couto, Mário de Cavalho e Jostein Gaarder. As entrevistas ressaltam a maneira como cada um produz seus trabalhos, revelando a relação que os autores travam com as infinitas possibilidades da Língua” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.215).

⁷⁷ FUTURA. Quatro anos de canal do conhecimento. 2001. p.3

⁷⁸ Em *Um Pé de Quê?* “as árvores são protagonistas. A cada episódio uma espécie é mostrada ao público, com uma abordagem ampla que revela as histórias curiosas escondidas por trás da divers flora nacional e internacional”. O programa recebeu, no ano de 2004, o patrocínio do Banco da Amazônia S.A., Bradesco Capitalização e SOS Mata Atlântica no ano de 2004 (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.215).

⁷⁹ FUTURA. Quatro anos de canal do conhecimento. 2001. p.6

Vale frisar que o espaço publicitário foi “cedido gratuitamente pela Editora Globo”.⁸⁰

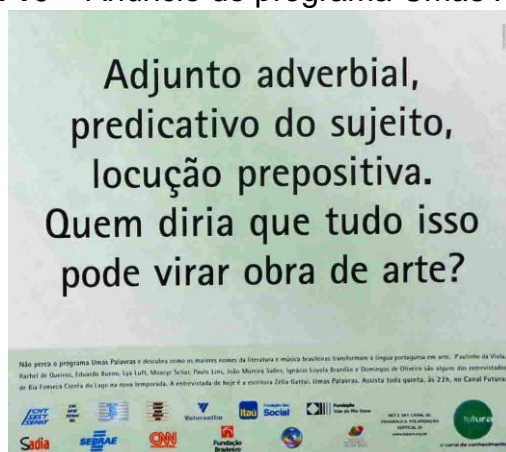
Figura 9 – Anúncio nas revistas *Época* e *Galileu*



Fonte: FUTURA. Quatro anos de canal do conhecimento. 2001. p.6

O ano de 2002 foi especial para o Canal Futura, pois tratava-se de seu quinto aniversário. E a área de comunicação do canal aproveitou o mote nas campanhas veiculadas ao longo do ano. No início do ano foi o programa *Um pé de quê?* que figurou novamente nos anúncios veiculados pela imprensa. As edições do *Extra* e do *Dário de S.Paulo* do dia 09 de maio de 2002 e o número d’*O Globo* do dia 16 de maio publicaram um anúncio colorido da meia página sobre o programa. A frase em destaque articula aspectos da gramática da língua portuguesa com a arte, lançando uma questão específica ao leitor (figura 10).

Figura 10 – Anúncio do programa *Um pé de quê?*



Fonte: FUTURA. Cinco anos de conhecimento, 2002

⁸⁰ FUTURA. Quatro anos de canal do conhecimento. 2001. p.6

Após a primeira provocação, novamente o texto de três linhas próximo ao “pé de página” reforçava a imagem de uma programa recheado de atrações:

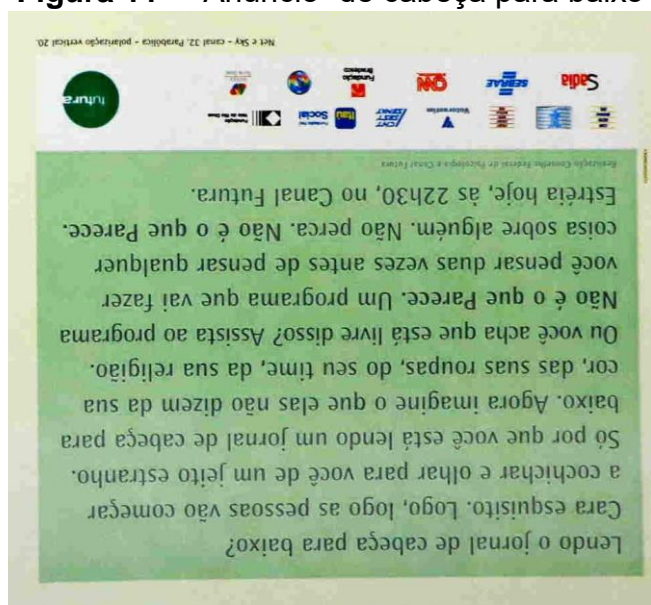
Não perca o programa Umas Palavras e descubra como os maiores nomes da literatura e música brasileiras transformam a língua portuguesa em arte. Paulinho da Viola, Rachel de Queiroz, Eduardo Bueno, Lya Luft, Moacyr Scliar, Paulo Lins, João Moreira Salles, Ignácio Loyola Brandão e Domingos de Oliveira são alguns dos entrevistados de Bia Fonseca Corrêa do Lago na nova temporada. A entrevistada de hoje é a escritora Zélia Gattai. Umas palavras. Assista toda quinta às 22h, no Canal Futura.⁸¹

O seletor rol de entrevistados de Bia Fonseca Corrêa do Lago era o elemento legitimador do programa, já que seriam esses nomes capazes de transformar “a língua portuguesa em arte”. Note que mesmo estes nomes não fazendo parte do *casting* permanente da emissora, a sua participação especial, em um programa específico, já era motivo de celebração e notadamente de publicidade ao grande público, cumprindo não somente a contrapartida de divulgação que cabia a emissora junto aos parceiros, como também reforçando a imagem de “canal do conhecimento”.

O setor de marketing apostava na criatividade para chamar atenção dos leitores dos jornais e impressionar os parceiros. Um dos anúncios mais inusitados produzidos pela emissora foi dedicado ao programa *Não é o que parece*. Com ampla divulgação foi publicado, intencionalmente, de cabeça para baixo (figura 11). O texto diz:

Lendo o jornal de cabeça para baixo? Cara esquisito. Logo, logo as pessoas vão começar a cochichar e olhar para você de um jeito estranho. Só por que você está lendo um jornal de cabeça para baixo. Agora imagine o que elas não dizem da sua cor, das suas roupas, do seu time, da sua religião. Ou você acha que está livre disso? Assista ao programa Não é o que Parece. Um programa que vai fazer você pensar duas vezes antes de pensar qualquer coisa sobre alguém. Não perca. Não é o que Parece. Estréia hoje, às 22h30, no Canal Futura.

⁸¹ FUTURA. *Cinco anos de conhecimento*. 2002. p.7

Figura 11 – Anúncio “de cabeça para baixo”

Fonte: FUTURA. *Cinco anos de conhecimento*. 2002. p.1

No dia 22 de setembro, o tema não poderia ser outro: o aniversário de cinco anos do Canal Futura. E a celebração aconteceu com um anúncio de meia página publicado nos jornais *Extra*, *Diário de S.Paulo* e *O Globo*.⁸² Na imagem uma vela de aniversário acesa com a chama em sentido horizontal como se alguém estivesse assoprando, e ao lado os dizeres: “São cinco anos dedicados à educação com entretenimento. 24 horas por dia. E ainda está sobrando fôlego para muito mais” (figura 12).

Figura 12 – Propaganda cinco anos do Canal Futura

Fonte: O Globo, 22 de setembro de 2002, O Mundo, p.42

⁸² FUTURA. *Cinco anos de conhecimento*. 2002.

Na legenda da imagem as informações sobre a emissora se completavam:

Hoje o Futura completa cinco anos produzindo um canal dedicado à educação com entretenimento. Com uma programação que ajuda a melhorar a vida das pessoas e que chega para mais de 10 milhões de espectadores via TV a cabo e parabólica. Este é o resultado do trabalho de parceiros, educadores, artistas, apresentadores, voluntários e muitas outras pessoas que tem vontade e fôlego para fazer cada vez mais.⁸³

Como vimos, o processo de construção da imagem de “canal do conhecimento” tinha em suas bases o apoio imprescindível das áreas de comunicação e *marketing* da *La Cinquième* e do Canal Futura. O espaço ocupado por este setor dentro do organograma das duas emissoras. Bem como, os investimentos realizados em ações e campanhas publicitárias, revela uma preocupação que estava para além da simples organização de uma grade de programação educativa. Para além daquilo que seria efetivamente transmitido, tanto a *La Cinquième* quanto o Canal Futura estavam muito preocupados em serem reconhecidos socialmente, o que inclui os agentes políticos, televisivos e pelo público telespectador como marcas associadas ao conhecimento. Mas a identidade visual das emissoras não foi construída de forma isolada, autônoma, articulou-se com as questões que estavam na gênese dos dois projetos. E entre as principais questões estava a da educação como superação da crise.

2.2 O conhecimento como porta de saída da crise

Em 26 de agosto de 1993, a revista católica *La vie* divulgou uma sondagem realizada em parceria com o CSA sobre o papel que a televisão poderia desempenhar na “luta contra o desemprego, pela integração dos mais pobres, dos imigrantes, pela reinserção dos presos e pela solução da crise nas periferias”.⁸⁴ O momento da pesquisa era oportuno, pois, como vimos, discutia-se no Senado e em outras instâncias políticas a possibilidade da criação de uma emissora educativa. O próprio CSA no início do mesmo ano havia indicado tal necessidade. A pesquisa revelou que para 51% dos entrevistados a televisão “desencoraja” os telespectadores diante dos problemas dos franceses e incentivava o individualismo.

⁸³ FUTURA. *Cinco anos de conhecimento*. 2002. p.3

⁸⁴ *La vie*. “La télé dans la société: ciment ou dynamite?”. Paris, 26 de agosto de 1993.

O ministro das Comunicações, Alain Carignon, não tinha dúvidas que a televisão poderia e deveria desenvolver um papel maior frente às crises que o país enfrentava. Nas palavras do ministro, a criação de um canal educativo representava: “a vontade política de um governo determinado a fazer de tudo para lutar contra o desemprego e a exclusão”. Ainda de acordo com Carignon: “o acesso ao saber pela difusão de programas educativos e de formação profissional é uma prioridade incontestável”.⁸⁵

No início do ano de 1994, uma outra experiência exemplificou o tamanho da preocupação governamental com a crise econômica e suas consequências. Ao longo de dois dias, o sinal da quinta frequência abrigou a *Télé-emploi* (TV Emprego) um canal que tinha por objetivo mobilizar empregadores e empregados de todo o território francês, transformando a televisão numa enorme agência de empregos. O presidente da *France Télévisions*, Jean-Pierre Elkabbach assumia o compromisso diante da situação: “a televisão não pode e não deve permanecer de braços cruzados em face ao desemprego. Ela deve dar a palavra a todos os franceses, com total independência”.⁸⁶

Essas experiências revelam que os agentes envolvidos com a criação da *La Cinquième* enxergavam na televisão uma ferramenta importante no combate a crise. As declarações revelam que o argumento a favor de difusão do conhecimento foi utilizado constantemente para legitimar a criação de uma emissora educativa e que de certa forma já havia precedentes em outras ações.

No Brasil, o surgimento do Canal Futura esteve fortemente alicerçado na ideia de que a educação serviria como base para o desenvolvimento econômico. Essa concepção se revelou ainda mais nítida nas declarações dos parceiros no momento de criação da emissora. Mas os parceiros não eram os únicos agentes a difundir esse tipo de visão, esse discurso era feito também por dirigentes do Canal Futura, nos textos dos jornalistas, matérias que em sua grande parte refletiam a própria visão da emissora sobre si, já que eram produzidas a partir de *releases* da área de Comunicação e *marketing* da emissora.

De acordo com um dos mais altos executivos, envolvidos com o Canal Futura, o secretário-geral da Fundação Roberto Marinho, Joaquim Falcão: “o Futura é um

⁸⁵ *Le Figaro*. “Edouard Balladur reprend le projet”. Paris, 26 de agosto de 1993.

⁸⁶ *Le Monde*, “Télé-emploi émettra pour trois semaines à partir du 28 mars”. Paris, 25 de março de 1994.

canal que tem o compromisso de gerar conhecimento, atitudes e competências que concretizem os valores maiores que desejamos para a sociedade brasileira”. A mensagem foi publicada no *Jornal Aldeão*, publicação interna da Rede Globo. Se a fala de Joaquim Falcão ressaltou a importância de “gerar conhecimento”, ela foi além ao destacar “atitudes e competências”, conceitos diretamente ligados à vida prática e que seriam responsáveis pela concretização de valores “fundamentais” para o Brasil; os quais eram explicitados pelo executivo ainda em sua fala e caracterizados por ele como pilares da emissora: “a noção de comunidade, a ética, o espírito empreendedor e o pluralismo cultural”. E Joaquim Falcão encerra dizendo que:

Se estes valores se traduzirem em conhecimento e competência, teremos avançado na relação entre televisão, educação e cidadania e criado mais uma opção no sistema brasileiro de televisões educativas, que queremos cada vez mais democrático e pluralista.⁸⁷

Cabe destaque para a fala final de Joaquim Falcão que aponta o Canal Futura como mais opção dentro do “sistema brasileiro de televisões educativas”, o qual se pretendia que fosse “cada vez mais democrático e pluralista”. Essa imagem não beligerante destoa de declarações de outros agentes que buscaram traçar uma linha clara entre aquilo que seria produzido pelo Canal Futura e o que vinha sendo produzido pelos canais educativos públicos no quesito programação.

De acordo com o jornal *O Globo* a proposta do Canal Futura “surgiu após a constatação das empresas participantes de que a educação é o caminho para o desenvolvimento do país”. A matéria destacava a assinatura do convênio entre a FRM e o Sebrae, oportunidade em que Roberto Marinho expressou, em um breve discurso, sua visão sobre a emissora:

[...] minhas senhoras e meus senhores, é com muita honra e alegria que saúdo, neste momento, mais uma importante adesão ao projeto da TV Futura, que a Fundação Roberto Marinho, está tendo o privilégio de implementar em nosso país. Hoje, o Sebrae reúne-se a nós a aos demais parceiros que já vêm trabalhando conosco, passando a participar de um dos mais fascinantes projetos da iniciativa privada, no campo da formação educacional e do desenvolvimento profissional de milhares de brasileiros. A partir do próximo dia 22, quando estiver entrando no ar pela primeira vez, a

⁸⁷ *Jornal Aldeão*. “Futura: um futuro interativo para a educação”. Rede Globo, 01 de setembro de 1997.

TV Futura estará exibindo, dentro de sua programação, a série que o Sebrae produziu para incentivar a micro e a pequena empresa brasileira, sob o título geral de 'Oportunidades – como abrir seu próprio negócio', conforme o que ficou estabelecido no convênio que, nesse momento, terei o prazer de assinar. Muito obrigado.⁸⁸

Um outro parceiro importante do Canal Futura era a FIESP que também utilizou seus próprios meios de comunicação para divulgar a iniciativa:

Entreter educando ou educar entretendo? Difícil traçar a linha entre o lúdico e o pedagógico dessa nova cruzada pela educação chamada TV Futura, que entra no ar dia 22. O certo é que o ensino brasileiro, considerado o terceiro pior do mundo pela Unesco, acaba de ganhar um forte aliado na batalha contra a ignorância.⁸⁹

A *Revista da Indústria* classificou o Canal Futura como uma “nova cruzada pela educação” e como forma de valorizar ainda mais os esforços desse grupo de empresas, chega a falar em “batalha contra a ignorância”.

A característica de inovação foi reforçada em outros jornais. Em matéria publicada no jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre, o jornalista Dirceu Alves Jr., que viajou ao Rio de Janeiro a convite do Futura, traça as linhas gerais do que seria a nova empreitada:

Na próxima segunda-feira entra no ar um novo padrão de televisão educativa no Brasil. O projeto vem sendo estudado e desenvolvido há mais de dois anos. O Canal Futura não quer se limitar apenas a informar e divertir. Com 16 de programação diária, a emissora pretende interagir para reverter o deficiente quadro do ensino brasileiro e se tornar um meio de comunicação permanente entre o público e os mais diversos setores da sociedade.⁹⁰

É clara a ênfase no “novo padrão de televisão educativa” que pretende interagir para reverter o deficiente quadro do ensino brasileiro. O *Jornal de Brasília* vai além demarcando de forma clara o tamanho da ambição da Fundação Roberto Marinho com a criação do Canal Futura que deveria “aprimorar o nível de conhecimento geral da população brasileira”:

⁸⁸ *O Globo*. “Sebrae assina convênio com a Fundação Roberto Marinho”. Rio de Janeiro, 04 de setembro de 1997.

⁸⁹ *Revista da Indústria*. “O Caminho do conhecimento”. São Paulo, 08 de setembro de 1997.

⁹⁰ *Zero Hora*. “Canal futura abre novo capítulo na tele-educação”. Porto Alegre, 18 de setembro de 1997.

Trata-se de um projeto ambicioso da Fundação Roberto Marinho que tem tudo para emplacar, e de cara envolve o Grupo Itaú e mais doze grupos privados do país. O objetivo é claro: aprimorar o nível de conhecimento geral da população brasileira. Por isso, a marca do futura já está sendo difundida como 'o canal do conhecimento'.⁹¹

O Distrito Federal teve um destaque importante no período de inauguração da emissora, pois organizou uma solenidade, no momento de instalação da parceria entre o Canal Futura e o Governo do DF, comandado à época por Cristovam Buarque, eleito pelo do Partido dos Trabalhadores:

Lançada com honras e pompas pernambucanas, em Brasília, a TV Futura atraiu elogios de gregos e troianos. No discurso de inauguração das unidades de recepção do canal educativo [...] instaladas nas escolas públicas do Distrito Federal, o governador chegou a pedir uma vaga na emissora para depois de terminar seu mandato. [...] Mais do que depressa o diretor-geral da Globo, Joaquim Falcão, tomou a palavra e acrescentou: "Só depois que o senhor for ministro da Educação". Do lado de fora, uma banda de música, balões coloridos e apresentação de frevo A solenidade também foi uma homenagem ao educador Paulo Freire, que desenvolveu um método revolucionário da alfabetização para adultos.⁹²

O *Jornal de Brasília* trouxe mais alguns detalhes sobre o convênio:

Para os pais que reclamam da programação violenta da televisão brasileira, um grupo de 14 empresas e entidades privadas se reuniu para apresentar uma alternativa. É o canal futura, que será lançado em Brasília na segunda-feira. [...] Batizado de TV do Conhecimento, o Futura vai beneficiar, até o final do ano, os quase 600 mil alunos da rede pública de ensino do Distrito Federal. Sessenta das 510 escolas estarão recebendo, a partir de segunda-feira, toda a programação via TV a cabo. '*Até o final do ano, estaremos com todas as escolas ligadas*', garantiu o secretário de Educação, Antônio Ibañez. A assinatura do termo de adesão do GDF ao canal aconteceu ontem, durante a solenidade de lançamento do Futura. Na mesma oportunidade, o Centro de Ensino da Asa Norte (CAN), foi batizado com um novo nome. A partir de agora, chama-se Centro Educacional Paulo Freire, em homenagem ao educador, que ontem completaria 76 anos se estivesse vivo. A cerimônia reuniu na mesma mesa, três pernambucanos de peso: o governador Cristovam Buarque, o

⁹¹ *Jornal de Brasília*. "Uma nova fonte para todos os públicos". Brasília, 19 de setembro de 1997.

⁹² *Correio Braziliense*. "TV Futura que levar educação a 4 milhões de brasileiros". Brasília, 20 de setembro de 1997.

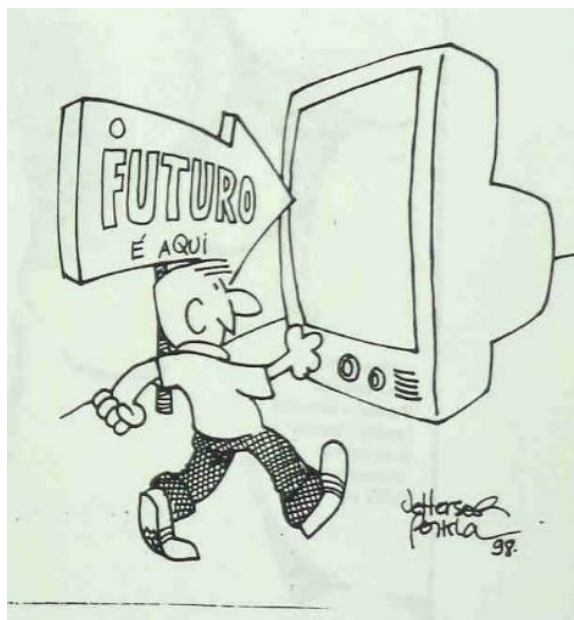
presidente do Sebrae Nacional, Mauro Durante, e o diretor da Fundação Roberto Marinho, Joaquim Falcão.⁹³

A matéria publicada na *Folha de S.Paulo*, assinada por Beatriz Brisola, também reforça a noção de como o Canal Futura vai colaborar para retirar o país do grave quadro educacional:

Os onze grupos envolvidos, cada um investindo R\$ 1 milhão durante cinco anos, pretendem ajudar a melhorar o quadro educacional do país – a terceira pior do mundo, segundo a Unesco. Nessa tentativa o Futura vai atingir um público diversificado em idade, ocupação e classe social: estudantes, trabalhadores, donas-de-casa e crianças.⁹⁴

Uma charge publicada na *Tribuna do Ceará*, às vésperas da inauguração do Canal Futura, destacava o papel que a televisão deveria ocupar na formação do cidadão. Na imagem, um homem caminha em direção a um aparelho televisor gigante, no segundo plano uma placa indicativa, apontada para o televisor, traz a seguinte frase: “O futuro é aqui” (figura 13).

Figura 13 – Charge sobre o Canal Futura



Fonte: *Tribuna do Ceará*, 21 de setembro de 1997.

⁹³ *Jornal de Brasília*. “Alunos da rede pública ganham novo canal de TV”. Brasília, 20 de setembro de 1997.

⁹⁴ *Folha de S.Paulo*. “Futura entra no ar amanhã”. São Paulo, 21 de setembro de 1997.

O jornal *A Gazeta* de Vitória, Espírito Santo, na apresentação do Canal Futura reforça a imagem da emissora como um importante agente para alterar o quadro de crise educacional:

A proposta do Canal Futura nasceu a partir da constatação das empresas envolvidas de que a educação é o caminho para o desenvolvimento do país. Sem este investimento, as deficiências poderão comprometer a competitividade da economia. Reunidos, os grupos delinearão ações para fazer com que o canal seja ao mesmo tempo educativo e o mais atraente possível.⁹⁵

Como vimos *A Gazeta* não somente reforçou a ideia corrente de que a “educação é o caminho para o desenvolvimento do país”, como concluiu que sem tais investimentos a “competitividade da economia” ficará comprometida no futuro, revelando o papel que se esperava em relação à atuação da nova emissora.

Os agentes políticos também assumiam esse discurso. Para a secretária de Educação do Estado do Rio de Janeiro:

Melhorar a qualidade do ensino passa por um processo de modernização e informatização da educação. Essa é uma iniciativa importante para transformar a educação do País e torná-lo capaz de enfrentar os desafios da globalização.⁹⁶

Para o presidente da Fiesp, Carlos Eduardo Moreira Ferreira: “O desafio do projeto está em alinhar o Brasil ao nível dos países do primeiro mundo, por meio da educação”⁹⁷. Na *Revista da Indústria* a declaração é reproduzida um pouco mais completa:

O presidente da Fiesp/Ciesp, Moreira Ferreira falou em nome dos 14 grupos da iniciativa privada [...] ‘*A TV Futura já contém em sua própria denominação a resposta ao maior desafio que o Brasil deve enfrentar ao pretender se alinhar entre as nações mais desenvolvidas do mundo. Ou seja, o desafio da educação, o desafio do conhecimento*’, afirmou Moreira Ferreira. [...] ‘*A livre iniciativa não poderia negar seu apoio a um empreendimento tão importante e significativo como a TV Futura*’, afirmou.⁹⁸

Os meios de comunicação dos parceiros constituíram-se em espaços importantes para a divulgação dos objetivos do Canal Futura. A *Revista CNT*, por exemplo, apresentou uma ampla matéria sobre a iniciativa. Logo em seu início traçou o quadro dramático da educação brasileira:

⁹⁵ *A Gazeta*. “Futura: o canal do conhecimento”. Vitória, 24 de setembro de 1997.

⁹⁶ *Jornal da Tarde*. “Programas nota dez no Futura”. São Paulo, 27 de setembro de 1997.

⁹⁷ *Jornal da Tarde*. “Programas nota dez no Futura”. São Paulo, 27 de setembro de 1997.

⁹⁸ *Revista da Indústria*. “Iniciativa privada lança a TV Futura”. São Paulo, 29 de setembro de 1997.

Mandato após mandato, sucedem-se os governantes que prometem fazer da educação a grande prioridade de sua gestão. Contudo, aproximadamente 20 milhões de brasileiros com idade superior a 14 anos são analfabetos e 50 milhões de adultos não foram além da primeira série do 1º Grau. Mais: das 14 milhões de crianças na faixa etária de três a seis anos, 10 milhões não frequentam a pré-escola. É por dados como esses que a Unesco – órgão das Nações Unidas para a Educação – classifica o ensino brasileiro como o terceiro pior do mundo, adiante apenas do de Bangladesh e da Guiné Bissau.⁹⁹

Depois indica as consequências desse quadro dramático e a busca por uma solução, com a criação do Canal Futura:

Também por indicativos dessa gravidade e amplitude, que se refletem no dia-a-dia sobre praticamente todas as atividades desenvolvidas no país, incluídas as econômicas, formou-se uma espécie de consenso nacional sobre a conveniência e a urgência de ampliar investimentos em Educação. Uma das mais importantes expressões desse consenso, em toda a história do Brasil, materializou-se no fim de setembro. Bancada por 14 grupos empresariais privados e entidades empresariais, entre elas a Confederação Nacional do Transporte, entrou em operação o Futura, um canal voltado exclusivamente para a Educação, com programação distribuída pelos sistemas de televisão a cabo e digital.¹⁰⁰

Ao explicar a iniciativa, a matéria recorre ao discurso oficial de que a “educação é o caminho para o desenvolvimento do país”.

A proposta do Futura teve origem na constatação, por parte das empresas e das entidades envolvidas no projeto, de que a Educação é o caminho para o desenvolvimento do país e de que, sem esse investimento, o país corre o risco de perder competitividade na economia mundial. Diante desse risco, as entidades decidiram investir R\$ 1 milhão por ano, durante cinco anos, para viabilizar o projeto.¹⁰¹

A revista ainda trouxe a declaração do presidente da CNT, Clésio Andrade, que afirmou que: “o Canal Futura é um verdadeiro símbolo da nova postura do empresariado brasileiro, consciente de suas responsabilidades sociais e políticas, principalmente no que diz respeito a melhoria da qualificação profissional”.¹⁰²

⁹⁹ Revista CNT. *Mutirão pelo futuro*. 01/10/1997.

¹⁰⁰ Revista CNT. “Mutirão pelo futuro”. 01/10/1997.

¹⁰¹ Revista CNT. “Mutirão pelo futuro”. 01/10/1997.

¹⁰² Revista CNT. “Mutirão pelo futuro”. 01/10/1997.

Cabe ressaltar que durante os anos 1990, “a formação profissional” era “vista como uma resposta estratégica”, ainda que polêmica, “aos problemas postos pela globalização econômica, pela reestruturação produtiva, pela busca da qualidade da competitividade, pelas transformações do mundo do trabalho e pelo desemprego estrutural” (FRANCO, 2005, p.101).

Em outras palavras do “ponto de vista dos empresários, a formação profissional tem um endereço claro, aumentar a produtividade do trabalho, a qualidade e a competitividade dos produtos, gerar riqueza”. Porém, tal situação tem algumas implicações quando pensada na particularidade da realidade brasileira “onde a educação básica tem se deteriorado nas últimas décadas e, por tradição, a formação técnico-profissional tem sido decidida no campo técnico-empresarial, o mercado”. Esta concepção de formação profissional “tende a reduzir a educação ao atendimento às necessidades do mercado de trabalho e à lógica empresarial” (FRANCO, 2005, p.102-103).

Entre outros agentes partícipes do projeto, a criação do Canal Futura, ainda que vista de forma positiva, gerou ceticismos em relação as suas potencialidades, sobretudo no que dizia respeito a uma pretensa alteração do quadro educacional brasileiro. A atriz Sílvia Buarque, apresentadora do programa *Via TV*, por exemplo, declarou: “É claro que o Futura não vai resolver o problema da educação no Brasil, mas pelo menos ajuda. A gente carece de qualquer iniciativa nesta área”.¹⁰³

Quando do surgimento da *La Cinquième* e do Canal Futura, houve uma grande preocupação dos dirigentes das emissoras com o papel social a ser cumprido pela televisão frente às crises vividas por França e Brasil. A *La Cinquième* fora apresentada pelo governo Balladur e por seus dirigentes como uma arma importante no combate à grave crise social que se abatia sobre o país. O Canal Futura foi anunciado como uma possibilidade de retirar o país da grave crise educacional e um novo caminho para o desenvolvimento a partir da educação. Um dos objetivos declarados da *La Cinquième*, por exemplo, era o de realizar uma integração social, de setores franceses marginalizados, ou seja, lançar um olhar atento à parcela da população que estava sofrendo com a crise. As matérias na imprensa indicavam que os empresários estariam conscientes da importância da educação para o desenvolvimento nacional. Em ambos os casos, identificamos um

¹⁰³ *O Dia*. “As madrinhas do futuro”. Rio de Janeiro, 14 de outubro de 1997.

discurso fundador de exaltação da novidade – na França, uma emissora exclusivamente educativa, e no Brasil um canal gerido pela iniciativa privada – atrelado ao discurso positivo do incremento tecnológico que camuflaram os limites da ação de um canal educativo considerando as estruturas do próprio campo televisivo.

O que ficou demonstrado é que mesmo uma emissora privada, como o Futura, com um aporte financeiro significativo, mas ainda assim menor e com um *know-how* de atuação televisiva, ou em uma empresa pública, num país de tradição no segmento, há os limites impostos pelo próprio campo. Apesar de toda a sua influência nas últimas décadas do século XX, a televisão não seria capaz de resolver as crises que tanto Brasil quanto França enfrentavam. Isto porque, na última década do século XX, a televisão no mundo era vista e pensada muito mais como um elemento de entretenimento – não somente pelos produtores, mas pela própria audiência –, do que como um meio capaz de oferecer serviços de educação.

2.3 Educação popular *versus* elitismo cultural

Há pouco menos de um mês da inauguração da *La Cinquième*, o *Le Monde* publicou uma matéria, assinada pela jornalista Ariane Chemin, sobre os recentes anúncios feitos por Jean-Marie Cavada sobre a nova emissora:

Esperávamos um canal educativo e temático. Mas a *La Cinquième*, que iniciará em 13 de dezembro, será, de acordo com o seu presidente, Jean-Marie Cavada ‘popular e generalista’. Imaginávamos especialistas no ar, mas nos anunciaram Jean-Claude Bourret e Eric Cachart. Pensávamos que o novo canal do saber viria a completar o ARTE, com o qual dividirá a quinta frequência da TV aberta, constatamos que em nome do anti-elitismo ele se opõe abertamente ao canal franco-alemão.¹⁰⁴

A manifestação de surpresa da jornalista pelas escolhas realizadas por Jean-Marie Cavada para a *La Cinquième* traz em si uma forte crítica que revela o choque entre a expectativa que cercou a criação da emissora e a sua realidade, expressa no uso dos verbos “esperávamos”, “imaginávamos” e “pensávamos”, em oposição ao “constatamos”. Sobre os nominalmente citados, Jean-Claude Bourret e Eric Cachart,

¹⁰⁴ *Le Monde*. “Les surprises de La Cinquième la nouvelle ‘chaîne de la connaissance’ sera, selon son président, Jean-Marie Cavada, ‘populaire et généraliste’”. Paris, 18 de novembro de 1994.

o primeiro era um jornalista de longa trajetória na televisão francesa, havia inclusive participado da experiência da *Télé-emploi* foi escolhido por Jean-Marie Cavada para ser seu conselheiro e para apresentar do programa *Détours de France*. Jean-Claude Bourret era também presidente da associação de defesa da *La Cinq*, organização de ex-funcionários da extinta emissora. De acordo com a matéria, Bourret havia se manifestado fortemente contrário ao *ARTE* na última carta da associação, intitulada “o fracasso franco-alemão”, repleta de críticas à emissora cultural.¹⁰⁵ Já Eric Cachart era um antigo apresentador do telejornal 19/20 da *France 3*. Na *La Cinquième* ficou encarregado da apresentação do programa matinal *Atout savoir*, em 1995, também passou a comandar o programa de entretenimento *Mais comment font-ils?* na TF1. Cachart foi afastado da *France 3*, em julho de 1995, após fazer propaganda do hotel de sua esposa durante uma transmissão do *Tour de France*.¹⁰⁶

Apesar da crítica, a jornalista apresenta em seu texto o argumento do presidente da *La Cinquième*, mas não sem trazer outros contrapontos:

Jean-Marie Cavada afirma que a *La Cinquième* se propõe a vulgarizar o saber e que essa missão não é incompatível, ao contrário, com o caderno de encargos de um canal do conhecimento. Seus adversários consideram que tal filosofia priva a *La Cinquième* de sua ambição educativa de origem. Esse canal, financiado pelo Estado, se encontrará, dizem eles, em concorrência direta com os outros, notadamente aqueles do serviço público.¹⁰⁷

Em informativo distribuído durante o principal festival do mercado televisivo, o *Marché International des Programmes* (MIP-COM), realizado em Cannes, em outubro de 1994, a *La Cinquième* se apresentava afirmando justamente aquilo que ela não gostaria de ser, dizia o panfleto: “O que ela não é? Um canal cultural elitista, um canal que substituirá os professores escolares e universitários, um canal confidencial”. Para a jornalista, não restava dúvida de que “esta era uma maneira polida e discreta de se definir a princípio como um anti-ARTE”. O que ficou comprovado até pela disposição dos *stands* das duas emissoras no festival, separados fisicamente por quatro andares de distância, o que teria irritado Nicolas

¹⁰⁵ *Le Monde*. “Les surprises de La Cinquième la nouvelle ‘chaîne de la connaissance’ sera, selon son président, Jean-Marie Cavada, ‘populaire et généraliste’”. Paris, 18 de novembro de 1994.

¹⁰⁶ *Libération*, “Eric Cachart arrive sur TF1”, Paris, 09 de junho de 1995. Disponível em: http://www.liberation.fr/medias/1995/06/09/eric-cachart-arrive-sur-tf1_135086 Acesso realizado: 02/06/2017.

¹⁰⁷ *Le Monde*. “Les surprises de La Cinquième la nouvelle ‘chaîne de la connaissance’ sera, selon son président, Jean-Marie Cavada, ‘populaire et généraliste’”. Paris, 18 de novembro de 1994.

Sarkozy.¹⁰⁸ O fato é que a oposição *La Cinquième/ARTE* que a jornalista revelou seria a tônica dos próximos anos de coexistência das emissoras e teve seu ápice durante o processo de fusão, como veremos no próximo capítulo.

A imagem de emissora popular é reforçada em outros documentos oficiais. Como em um material de divulgação bilingue (francês e inglês) que logo em suas duas primeiras páginas, com texto assinado por Jean-Marie Cavada, traz impresso o título: “La Cinquième, uma televisão educativa e popular”. De acordo com o texto: “*La Cinquième* não se endereça as elites intelectuais e científicas, mas ela as mobiliza para oferecer a todos programas educativos sólidos e variados, em contato com a realidade de um mundo cada vez mais complexo”. Esse tipo de relação tem por objetivo: “tornar o saber e a cultura acessível a todos, e em particular, a aqueles, que por razões econômicas, sociais ou geográficas, estão mais distanciados, esta é sua missão diária”.¹⁰⁹

A noção de educação popular estava presente desde o momento de concepção do Canal Futura. Na mesma pesquisa que avaliou as possibilidades de nome para a emissora, a Retrato – Consultoria e Marketing Ltda. apresentou aos entrevistados o conceito do canal de educação, em um dos trechos essa oposição à TV Cultura se manifesta explicitamente:

Todos os conteúdos serão trabalhados objetivamente, ou seja, vamos transmitir informações úteis, que sirvam tanto para ampliar o conhecimento quanto para a prestação de serviços. Não é portanto uma TV *cult*, tipo TV Cultura, mas uma emissora voltada para atender as necessidades do público que não teve acesso à escola, ou que se evadiu, ou que está na escola mas precisa de melhor informação. E ainda: o trabalhador, a dona de casa, o professor, todo um contingente de brasileiros carente de formação e informação.¹¹⁰

Ou seja, a um claro posicionamento, no que diz respeito à programação veiculada pelo canal público paulista, que não estaria ocupado com informações úteis ou com o contingente de brasileiros carentes. Quando confrontamos o conceito do canal de educação apresentado no levantamento realizado pela Retrato, em novembro de 1996, com o que foi efetivamente colocado em prática no ano seguinte, nota-se que os executivos da Fundação Roberto Marinho já tinham de

¹⁰⁸ *Le Monde*. “Les surprises de La Cinquième la nouvelle ‘chaîne de la connaissance’ sera, selon son président, Jean-Marie Cavada, ‘populaire et généraliste’”. Paris, 18 de novembro de 1994.

¹⁰⁹ CAVADA, Jean-Marie. “La Cinquième, une télévision éducative et populaire”. s/d.

¹¹⁰ RETRATO. *Pesquisa qualitativa – Fundação Roberto Marinho – Canal de Educação*. Rio de Janeiro, 1996, p.

forma clara qual seria a proposta da emissora há pelo menos um ano antes de sua inauguração.

Em matéria publicada pelo *O Globo* dias antes da inauguração do Canal Futura, destaca-se aquilo que seria o principal diferencial em relação à concorrência: “Para além das experiências brasileiras já conhecidas em televisão educativa, o novo canal promete ser agradável e atraente, apesar de seu conteúdo didático”.¹¹¹

Em uma matéria do *Zero Hora*, destaca-se essa mesma concepção. De acordo com o jornalista Dirceu Alves Jr.: “O reconhecido desafio é formar uma programação educativa atraente e agradável”. E uma das estratégias revelada para alcançar esse objetivo estava no tratamento do conteúdo dos programas, que deveria ser a de utilizar uma linguagem coloquial.¹¹² Flávio Rocha, diretor de programação da emissora, defendia que o objetivo era “fazer um canal educativo sem recorrer à linguagem chata e professoral que programas do gênero costumam utilizar”. A ideia, para o diretor, seria a de fazer um canal capaz de “difundir conhecimento”, mas que fosse “divertido” e tivesse uma “linguagem coloquial”.¹¹³

A defesa desse tipo de linguagem era feita também nos veículos de comunicação dos parceiros do Canal Futura. De acordo com matéria publicada na *Revista da Indústria*, periódico ligado à Fiesp, entre os objetivos da emissora estava o de “[...] dar à programação uma característica atraente, bem-humorada, leve e informativa, sem perder de vista o compromisso com a função educativa. [...]”.¹¹⁴

De acordo com revista *Contigo*, “para atrair o telespectador, a programação dessa ‘novidade televisiva’ promete ser sempre agradável, atraente, informativa, com uma linguagem bastante acessível”. E o diretor Flávio Rocha deu mais algumas explicações sobre a concepção do canal: “temos a preocupação de manter a qualidade pedagógica, sem perder o charme e a simplicidade. Para isso, montamos um esquema no qual quem faz os programas são profissionais de televisão. Já os responsáveis pelo conteúdo são pedagogos e professores”,¹¹⁵ Flávio Rocha finalizou sua explicação dizendo: “no Futura, pedagogos não fazem TV e o pessoal da TV

¹¹¹ *O Globo*. “Canal Futura estreia na segunda-feira”. Rio de Janeiro, 18 de setembro de 1997.

¹¹² *Folha de S. Paulo*. “Futura quer atingir 1,8 milhão na estréia”. São Paulo, 19 de setembro de 1997.

¹¹³ *Jornal da Tarde*. “Aposta milionária na educação”. São Paulo, 19 de setembro de 1997.

¹¹⁴ *Revista de Indústria*. “Está no ar o canal do conhecimento”. São Paulo, 22 de setembro de 1997.

¹¹⁵ *Contigo*. “Televisão nota 10”. São Paulo, 30 de setembro de 1997.

não faz pedagogia”.¹¹⁶ Numa crítica aberta ao que seria uma prática corrente tanto na TVE quanto na TV Cultura.

Mas essa divisão de tarefas (entre profissionais de TV e pedagogos), claramente colocada nas falas de produtores como Flávio Rocha, parece divergir da concepção de outros dirigentes. Para a superintendente do canal, Margarida Ramos, um dos desafios seria o de criar “um novo tipo de profissional, que entenda de televisão e de educação”.¹¹⁷ Esse profissional, o qual chama de “tele-educador”, seria o responsável por fazer a ponte educação/entretenimento.¹¹⁸

Como vimos no tocante à programação, umas das noções mais difundidas era a de que ela deveria ser agradável. Deste modo, são recorrentes na caracterização da programação da emissora carioca, por parte dos produtores, artistas e jornalistas, os pares de oposição agradável/maçante, leve/didático, além de outros termos como “atraente” e “acessível”.

De acordo com nota publicada no jornal *O Dia*, de Teresina: “já na estreia, [o canal] mostrou que consegue cumprir muito bem a sua promessa de apresentar programas bonitos e com linguagem moderna, abolindo de vez a ideia que toda programação educativa é necessariamente maçante”.¹¹⁹

Tais declarações revelam o quanto a chegada do Canal Futura movimentou o campo televisivo, sobretudo nas relações de concorrência com as emissoras educativas públicas. Essas representações buscam comprovar que o Canal Futura seria um agente capaz de abolir velhas práticas da TV educativa, consideradas “maçantes”, e abrindo o caminho para um “conhecimento alegre, atraente e bonito”.¹²⁰

A oposição às emissoras educativas públicas era constatada também nas páginas da imprensa. Em matéria publicada no Segundo Caderno do jornal *O Globo*, o jornalista Sérgio Augusto utiliza como pretexto uma fala de Godard sobre a televisão francesa para criticar as emissoras públicas brasileiras. Sérgio Augusto argumenta:

A gente aqui a chior contra o ranço e a carece dos canais educativos, a ‘rezar’ pela extinção da ‘Voz do Brasil’ e a passar ao

¹¹⁶ *O Globo*. “Canal Futura estreia na segunda-feira”. Rio de Janeiro, 18 de setembro de 1997.

¹¹⁷ *A Tarde*. “Futura entra no ar segunda-feira”. Salvador, 17 de setembro de 1997.

¹¹⁸ *O Globo*. “Canal Futura estreia na segunda-feira”. Rio de Janeiro, 18 de setembro de 1997.

¹¹⁹ *O Dia*. “Nota 10”. Teresina, 28 de setembro de 1997.

¹²⁰ *O Globo*. “Canal Futura estreia na segunda-feira”. Rio de Janeiro, 18 de setembro de 1997.

largo da TV Senado, e Godard propondo justamente, uma ampliação da presença do governo em nossos televisores.¹²¹

Curiosamente, tal inconformismo contra o “ranço e a carece dos canais educativos” foi publicado há alguns dias antes da inauguração do Canal Futura. Para não dizer sobre o pedido de extinção da *Voz Do Brasil*, antiga demanda das emissoras comerciais e da ABERT, obrigadas a ceder horários gratuitamente para os três poderes da República.

No dia de inauguração do Canal Futura, o jornal *Diário Catarinense* destacou quais seriam as principais características da nova emissora. A matéria era incisiva ao associar o Canal Futura a “uma nova concepção de televisão educativa” que teria por missão “exibir programação dinâmica e atraente” e mais do que isso “atender às necessidades básicas do cotidiano popular” e “promover a reflexão sobre os rumos do ensino no país”.¹²² Tais matérias se multiplicavam em outros periódicos e deixam transparecer a estratégia do Canal Futura, no seu momento de inserção no campo televisivo brasileiro, de marcar seu território na condição de uma novidade televisiva que seria a única capaz de associar o conhecimento às camadas populares e superar o antigo modelo de televisão educativa, representado no momento pela TVE e pela TV Cultura.

É fato que as representações acerca de legitimidade de veicular conteúdos educativos, tanto no Brasil quanto na França era o combustível necessário para manter acesa a disputa entre as emissoras. Mas mesmo antes da existência do Canal Futura, já havia uma aproximação entre o *ARTE* e a TV Cultura que reforçam as posições até aqui demarcadas. Em 1996, o *ARTE* assinou um convênio com a TV Cultura para o intercâmbio de programação. De acordo com o *Le Monde*, o acordo “com o canal cultural brasileiro” possibilita o acesso a “dezenas de horas” de “programas e de co-produções cujos os temas podem girar em torno da mestiçagem, da Amazônia, das Guerrilhas e das matérias-primas”.¹²³

Em suma, podemos afirmar que desde o início dos projetos da *La Cinquième* e do Canal Futura havia uma preocupação dos agentes diretamente envolvidos em marcar uma clara distinção em relação às experiências anteriormente desenvolvidas

¹²¹ *O Globo*. “A videocracia em debate na terra dos teóricos”. Rio de Janeiro, 13 de setembro de 1997.

¹²² *Diário Catarinense*. “Canal Futura começa a operar”. Florianópolis, 22 de setembro de 1997.

¹²³ *Le Monde*, « Accord en chaîne », Paris, 08 de julho de 1996.

em televisão educativa. Como foi demonstrado, tal preocupação expressava-se nas declarações dos dirigentes para imprensa, nos relatórios internos e em outros documentos das emissoras. Na busca pelo cumprimento de seus objetivos educativos tanto a *La Cinquième* quanto o Canal Futura se anunciaram como emissoras populares e não-elitistas. Esse embate foi alimentado pela concorrência interna em cada um dos campos televisivos. No caso francês, a *La Cinquième* buscou se constituir com um contraponto ao canal cultural franco-alemão *ARTE*. No Brasil, o Canal Futura disputou as representações sobre os conteúdos educativos contra o par de emissoras públicas TVE e TV Cultura. À diferença do *ARTE*, *La Cinquième* se considerava uma emissora popular e sua programação não deveria seguir uma orientação elitista, mas dialogar com todos os públicos. O mesmo pode ser dito para o embate Canal Futura e TVE/TV Cultura.

2.4 O audiovisual educativo como oportunidade de negócio

É notável a expansão do mercado audiovisual na última década do século XX. A importância do tema revela-se nas negociações, entre governos e emissoras de diversos países, no âmbito da Organização Mundial do Comércio. Havia uma disputa intensa, protagonizada pela França, sobre a questão dos produtos audiovisuais. E uma preocupação em tornar a *La Cinquième* um polo produtor de audiovisual educativo na Europa, que se assemelhasse ao que existia na Inglaterra. No Brasil, a Rede Globo, exportadora de produtos televisivos, com destaque para suas telenovelas, também possuía interesse nesse mercado. Ou seja, em ambos os casos, os dirigentes das emissoras vislumbravam tornar o audiovisual educativo um produto rentável.

Se para os telespectadores, franceses e brasileiros, a criação de emissoras educativas representava a possibilidade de acompanhar uma programação distinta daquela veiculada cotidianamente pelas emissoras generalistas. Para outros agentes, tais como executivos, artistas, jornalistas e produtores, o investimento na televisão educativa, fosse ela de natureza pública ou privada, constituía-se como uma excelente oportunidade de negócio.

Na Europa, os grandes produtores de conteúdo audiovisual educativo estavam concentrados na Grã-Bretanha. A vasta produção de BBC e *Channel Four* era responsável pela dianteira. Na França, o movimento de discussão para a criação

de uma emissora educativa no início dos anos 1990, surgiu e prosperou, em grande medida, a partir da constatação de que o país estava demasiadamente atrasado em relação ao restante do mundo, sobretudo do mundo desenvolvido, na produção de audiovisual educativo.

No Brasil, a experiência, ainda que pontual, do projeto *Vídeo-Escola*, no final dos anos 1980 e início dos anos 1990, demonstrou para a FRM as potencialidades da comercialização de material audiovisual educativo. Fosse adquirido pelo poder público, fosse pela iniciativa privada, o fato é que se comprovou uma demanda por tais conteúdos. A título de exemplo, quando da instalação do serviço *Vídeo-Escola*, na cidade do Rio de Janeiro, as instituições de ensino conveniadas o utilizavam como estratégia de *marketing* para atrair novos alunos. O Colégio Charles de Gaulle, por exemplo, em anúncio publicado no jornal *O Globo* apresentava o *Vídeo-Escola* como exemplo de atualização e modernidade.¹²⁴

Outro elemento, se não fundamental, ao menos relevante de se considerar, no âmbito dos negócios com o audiovisual educativo era a comercialização de produtos licenciados. Tratava-se de associar a sua marca a produtos educativos produzidos por terceiros. A *La Cinquième*, por exemplo, colocaria seu logo em produtos como: jogos, livros, brinquedos, entre outros artigos educativos. A ideia era funcionar como uma espécie de selo de qualidade, uma chancela, uma bússola para os pais se guiarem em meio ao mar de produtos que se apresentavam como educativos nas prateleiras das lojas, legitimando-os como verdadeiramente educativos para as crianças. Esses produtos também eram anunciados nos espaços publicitários veiculados pela emissora no intervalo da programação.

Havia também uma perspectiva de comercialização dos próprios programas veiculados pela emissora. Denominado *La Cinquième Développement*, o setor estava encarregado de “unir os serviços de vídeo e multimídia, incluindo os serviços on-line, telemáticos e *merchandasing*”.¹²⁵ O responsável pelo setor era Didier Lecat que respondia prontamente aos críticos, sobre uma pretensa lentidão na implantação do serviço: “Nós existimos há apenas um ano. E o mais importante era colocar a emissora no ar”.¹²⁶ Lecat detalha de que modo estava sendo pensado a comercialização de VHS: “Para cada cassete ou cada coleção, nós teremos sempre

¹²⁴ *O Globo*, “Propaganda Colégio Charles de Gaulle”. Rio de Janeiro, 05 de novembro de 1992.

¹²⁵ *Mediasphères*, “La 5ème Développement: la diversification est lancée ». 14 de dezembro de 1995.

¹²⁶ *Mediasphères*, “La 5ème Développement: la diversification est lancée ». 14 de dezembro de 1995.

um co-editor e nos terceirizaremos a distribuição para dividir os riscos e evitar criar uma nova estrutura de gestão. A filial editará dois títulos por mês com o rótulo *La Cinquième Vidéo*.¹²⁷ De acordo com a matéria:

Os dois primeiros programas previstos para serem comercializados são *L'Opéra Imaginaire* e *Cogito*. Produzido pela *Pascavision*, *L'Opéra Imaginaire* reúne doze extratos de obras-primas da ópera com imagens produzidas por artistas da animação. Com uma tiragem inicial de 1500 exemplares, tem por objetivo de venda 3500 fitas. *Cogito*, produzido por Baylone, a coleção é co-editada com Hatier, que cuidará da distribuição nas livrarias, o objetivo de vendas é de 3000 a 3500 fitas.¹²⁸

Didier Lecat revela precaução no início das operações: “No vídeo, nós queremos perder o mínimo dinheiro possível. Não conhecemos muito bem o mercado de produtos educativos. Sabemos apenas que ele representa entorno de 5%”.

Em 1996, já com um conhecimento maior do mercado a *La Cinquième* apostou em um jogo educativo. *La Panthère Rose: passeport pour le danger*, produzido pela *BMG Interactive* prometia uma verdadeira aventura do conhecimento para as crianças. Mas apesar de se apresentar muito atrativo para os pais – com anúncios veiculados na grade de programação da própria emissora – o jogo sofria com a resistência de algumas crianças, sobretudo quando comparado aos jogos comerciais. Na edição do dia 19 de abril de 1998 do programa *Arrêt sur Images*, dedicada a debater o papel dos videogames, o convidado mirim Hugo ao ser questionado se ele jogaria aquele tipo de jogo, ele rapidamente respondeu que não, pois o jogo teria poucos movimentos. Apesar da crítica do jovem, o jogo educativo havia vendido até a data de transmissão do programa cerca de 2 mil unidades na França, conforme informou a jornalista Emmanuelle Walter, número que a primeira vista parece baixo, mas foi considerado positivo pelos participantes do programa, o que se justifica quando retomamos as tiragens de 3000 e 3500 unidades dos primeiros VHS lançados em 1995.¹²⁹

O modelo de produção de programas adotado pela *La Cinquième* e pelo Canal Futura também foi responsável por movimentar todo um setor da economia. A criação das duas emissoras representou uma excelente oportunidade de negócio

¹²⁷ *Mediasphères*, “La 5ème Développement: la diversification est lancée ». 14 de dezembro de 1995.

¹²⁸ *Mediasphères*, “La 5ème Développement: la diversification est lancée ». 14 de dezembro de 1995.

¹²⁹ *La Cinquième*, *Arrêt sur images*, exibição 19 de abril de 1998.

para as produtoras independentes. Na França, os produtores independentes formavam uma parcela importante do campo televisivo. No Brasil, a situação era um pouco diferente, já que as emissoras, em sua maioria, eram quase que integralmente, responsáveis pela produção dos seus programas, ainda que existisse um mercado incipiente aos produtores independentes, a se projetar com base no surgimento da televisão a cabo. Mesmo em condições tão distintas, a relação que a *La Cinquième* e o Canal Futura estabeleceram com as produtoras guarda algumas semelhanças. A primeira delas é a de oferecer a oportunidade a pequenas produtoras a desenvolverem seus programas. Uma outra característica diz respeito ao fato dessas produtoras começarem a desenvolver um *know-how*, um *savoir-faire*, em relação ao audiovisual educativo, exigindo cuidados especiais na produção de conteúdo daquela natureza.

Porém, a relação da *La Cinquième* e do Canal Futura com as produtoras também possuía atritos. Uma das reclamações comumente apresentadas pelas produtoras era o baixo preço pago por cada uma das produções realizadas para *La Cinquième* e Canal Futura. As duas emissoras se utilizaram do discurso de que sua programação era em prol da educação para barganhar descontos consideráveis na hora de contratar os produtores. Na França, os jornais passaram a relatar a insatisfação de alguns produtores com os valores pagos pela *La Cinquième*. Em contrapartida, havia algumas declarações positivas sobre o relacionamento comercial entre emissora/produtora, os produtores chegavam a admitir que se não fosse pelas produções encomendadas pela *La Cinquième* muitas das produtoras já teriam falido. E esse tipo de reclamação não ficava restrito ao território francês, em terras brasileiras, algumas produtoras apostaram na parceria de longo prazo com o Canal Futura para que os esforços iniciais fossem recompensados e se transformassem em contratos mais vantajosos no futuro.

Uma outra iniciativa da *La Cinquième* mirava no mercado internacional do audiovisual educativo. A emissora encabeçou, em 1995, a criação da *Association Internationale des Télévisions d'éducation et de découverte* (AITED). O novo organismo reunia cerca de 40 emissoras públicas e privadas do mundo inteiro. O objetivo era trocar informações sobre a programação, "facilitar as trocas comerciais e eventualmente as compras e co-produções", além de afirmar "um discurso

específico” sobre a TV educativa no universo midiático.¹³⁰ Entre as emissoras participantes, estava a TV Cultura, representada pelo seu então-presidente Jorge da Cunha Lima. Para o dirigente paulista fazer parte da AITED era participar “dos grandes debates internacionais que se travavam em torno da tese e da prática de uma televisão pública dentro e fora do Brasil” (LIMA, 2008, p.222).

Mas foi em março de 1999, a principal incursão dos franceses em terras brasileiras. Uma comitiva com 13 executivos representando alguns dos principais canais franceses, visitou o Rio e São Paulo “para viabilizar projetos de co-produção e, principalmente, tentar vender programação”. A visita foi divulgada com detalhes em matéria do *Jornal do Brasil*:

Entre os executivos mais importantes da delegação estavam Jérôme Clément, presidente do canal educativo *La Cinquième* e do canal franco-alemão *Arte*; Jean Rouilly, representante do grupo Europe-images (a maior distribuidora de programas audiovisuais franceses); Claude-Yves Robin, que dirige o *Canal J*, especializado no público infanto-juvenil; Norbert Balit, diretor do *Forum planèt* e conselheiro do *Canal Plus* – o grande responsável pelo impulso dado à produção cinematográfica francesa nos últimos anos. Stéphane Quere, diretor de programas do *Paris Première*, era um dos mais confiantes. O canal de espetáculos que exhibe vanguarda em termos de artes, moda e cinema já está sendo transmitido para o Brasil e América Latina pela TVA e pretende emplacar novos negócios por aqui.¹³¹

Ao elencar os executivos franceses, destaque para o nome de Jérôme Clément, então presidente da *La Cinquième* e do *ARTE*. Na coluna de Patrícia Kogut, no *O Globo*, Clément foi chamado de “principal estrela da delegação”. E confessou ver no Brasil “possibilidades” de estabelecer “uma ramificação do Arte”, como havia sido feito “recentemente no Canadá”.¹³²

Os executivos visitaram os estúdios da Globosat no Rio e da TVA em São Paulo, e ainda de acordo com o *Jornal do Brasil* eles conheceram produções do GNT, Multishow e Telecine, não há referências ao Futura. Na prática, os negócios estavam sendo pautados nos seguintes termos:

Vender, comprar, trocar programas ou até mesmo blocos de programas. Adaptar os canais temáticos de música ou viagens de acordo com o gosto do público brasileiro é o que pode ser bem aceito pelos brasileiros. Levar documentários e novelas é o que interessa a

¹³⁰ LECAT, Didier. “Développer La Cinquième en nouant de nombreux partenariats et en menant une action culturelle proche des téléspectateurs”. In: *La Cinquième*, s/d.

¹³¹ *Jornal do Brasil*, “franceses investem no intercâmbio”, Rio de Janeiro, 31 de março de 1999.

¹³² *O Globo*, “Cardápio francês na TV brasileira”, Rio de Janeiro, 05 de abril de 1999.

eles. O grande problema atualmente é o custo da dublagem. Assim como as televisões públicas brasileiras, eles também esperam por incentivo do governo para financiar este trabalho.¹³³

Porém, ainda de acordo com o *Jornal do Brasil*, “nenhum grande negócio foi fechado”, o que ocorreu efetivamente foi uma tentativa de abertura de porta “para tentar competir com a maciça presença americana no Brasil e em todos os países do mundo”.¹³⁴ Tal situação foi motivo de uma forte crítica de Jérôme Clément à televisão brasileira: “Pelo que pude ver, no Brasil há uma influência americana muito forte na televisão, e esta hegemonia é lamentável. Não tenho nada contra os americanos, mas não gostaria de ligar a TV e não ter outras alternativas, é empobrecedor”.¹³⁵

Tal declaração serve como uma resposta ao diretor da GloboSat, Alberto Pecegueiro, que negou qualquer tipo de negociação com os franceses no que diz respeito aos desenhos animados, gênero no qual a França era o principal produtor do mundo. Segundo Pecegueiro: “No Brasil já há o *Discovery Kids*, o *Cartoon Network*, o *Nickelodeon* e a *Disney* chegando. O mercado já foi ocupado”.¹³⁶

Ao final da visita dos executivos franceses o único negócio fechado com a GloboSat foi a venda dos direitos de transmissão dos desfiles de moda franceses. No Brasil, a GNT passaria a veicular os eventos adquiridos da emissora francesa de TV por assinatura *Paris Première*.¹³⁷

Havia também um outro lado dos negócios. Para os parceiros do Canal Futura, investir na emissora era a oportunidade de vincular à sua imagem a um projeto de cunho educacional com a capacidade de gerar resultados positivos sobre a imagem da empresa, aumentando os lucros de seus negócios de origem. Essa preocupação com o que ficou denominado de responsabilidade social, fica muito clara a partir da análise das declarações dos parceiros nos jornais, nos documentos internos e nos relatórios. Toda a dinâmica criada para a divulgação da marca dos parceiros parece ser o grande negócio do Canal Futura, pois está por trás da arrecadação da emissora.

¹³³ *Jornal do Brasil*, “franceses investem no intercâmbio”, Rio de Janeiro, 31 de março de 1999.

¹³⁴ *Jornal do Brasil*, “franceses investem no intercâmbio”, Rio de Janeiro, 31 de março de 1999.

¹³⁵ *O Globo*, “Cardápio francês na TV brasileira”, Rio de Janeiro, 05 de abril de 1999.

¹³⁶ *O Globo*, “Cardápio francês na TV brasileira”, Rio de Janeiro, 05 de abril de 1999.

¹³⁷ *O Globo*, “Cardápio francês na TV brasileira”, Rio de Janeiro, 05 de abril de 1999.

A criação do Canal Futura e a manutenção do quadro de profissionais contratados tornou-se financeiramente possível graças às parcerias da Fundação Roberto Marinho com grupos empresariais nacionais e um estrangeiro. Instituições como Banco Itaú, Fundação Bradesco, Grupo Votorantim, Confederação Nacional da Indústria (CNI), Confederação Nacional dos Transportes (CNT), Federação das Indústrias de São Paulo (FIESP), Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN), Instituto Ayrton Senna, *Turner Broadcasting System/CNN*, RBS, Rede Globo, Sadia, Sebrae e Vale do Rio Doce investiram, cada uma delas, o montante de 1 milhão de reais por ano.

O Canal Futura estava sustentado por um tripé formado por instituições representativas dos setores financeiro, industrial e das comunicações, articuladas em um projeto específico de educação para a sociedade brasileira que se manifesta em representações veiculadas pela imprensa. Na maioria das matérias publicadas nos jornais, os parceiros tinham seus nomes listados, um a um, com a indicação da contribuição monetária doada ao projeto – R\$ 1 milhão por ano. No caso de matérias mais longas, os representantes dessas instituições eram convidados a tecer comentários sobre o novo canal educativo.

Uma das reportagens encontradas que problematizava um pouco mais os convênios estabelecidos entre as empresas parceiras e o Canal Futura foi publicada pela revista *Marketing Cultural*, que, após descrever as linhas gerais das parcerias, como a maioria dos outros periódicos, assevera: “nenhum desses participantes se aliou ao projeto por pura filantropia”. Ainda de acordo com o periódico: “a imagem de todos eles se beneficiará ao se associar a um projeto desse tipo”, evidenciando um aspecto até então pouco divulgado, o elemento que motivara os parceiros a investir no projeto da Fundação Roberto Marinho.

A divulgação sistemática dos parceiros nos veículos de mídia pertencentes às Organizações Globo era a contraparte do Canal Futura para receber os recursos, já que a emissora não veicularia anúncios comerciais nos intervalos de sua programação. De acordo com Rubens Campos, um de seus superintendentes, o “plano de divulgação” previa “aparições publicitárias na mídia correspondentes a R\$ 30 milhões”.¹³⁸

¹³⁸ *Marketing Cultural*, Programa Legal, 01 de setembro de 1997.

As inserções eram divididas entre Rede Globo, jornal *O Globo*, GloboSat, CBN e Sistema Globo de Rádio. A Rede Globo respondia por 70% dos objetivos de divulgação. Os parceiros eram divulgados na Rede Globo “nas chamadas institucionais ou de programação do Futura”; “na divulgação de projetos comuns” e “na divulgação de projetos específicos dos parceiros, desde que adequados aos objetivos do Futura”.¹³⁹

Itaú e Bradesco, os dois maiores bancos privados do país, instituições genuinamente brasileiras, eram os representantes do setor financeiro no *pool* de empresas dispostas a colaborar financeiramente com a Fundação Roberto Marinho para tirar o Canal Futura do papel. A participação das instituições em ações sociais não era nova, inclusive na colaboração em projetos anteriores da FRM. No caso da Fundação Bradesco, a primeira parceria ocorreu no ano de 1985 para a implantação do *Telecurso 2º Grau* em escolas mantidas pela instituição. Já o Banco Itaú lançou, em 1993, o Programa de Apoio Comunitário (Proac), responsável pelo financiamento de ações em escolas públicas do Estado de São Paulo.¹⁴⁰

O *Itaú Semanal*, um dos veículos de comunicação do Banco Itaú, destacava que o Canal Futura fora “criado com o objetivo de fornecer subsídios à área educacional e levar informação e conhecimento aos quatro cantos do país”, a nova emissora teria ainda como objetivo “atingir escolas, igrejas, creches, associações comunitárias, fábricas e entidades afins, proporcionando a esse público o que há de mais moderno e atualizado em nível de conhecimento”. Na programação, destaca-se o “ensino profissionalizante”, “assim como ciência, esporte, área empresarial, filmes, notícias em geral, além de cursos regulares de 1º e 2º grau”.¹⁴¹

Maria Alice Setúbal comenta sobre a participação do Itaú no projeto:

O investimento no homem é o grande objetivo de nossa participação neste projeto. Não sei se já existe uma lei que dê apoio ao empresário que investe em educação, que ajuda escolas públicas e privadas, mas no mundo moderno as empresas não devem se preocupar só com isto, e o Governo tem que colaborar na conscientização destes possíveis parceiros do setor privado sobre o papel que podem desempenhar na busca de uma mão-de-obra competitiva.¹⁴²

¹³⁹ Canal Futura. Canal do conhecimento. s/d, p.34.

¹⁴⁰ *Jornal do Commercio*. “Empresários assumem papel social e apoiam a educação”. Rio de Janeiro, 22 de setembro de 1997.

¹⁴¹ *Itaú Semanal*. “Canal Futura vai ao ar em 22 de setembro”. São Paulo, 01 de setembro de 1997.

¹⁴² *Itaú Semanal*. “Canal Futura vai ao ar em 22 de setembro”. São Paulo, 01 de setembro de 1997.

Questionada sobre as possibilidades de isenções fiscais, Maria Alice afirma:

Não somos patrocinadores do Futura, somos parceiros, e ninguém aqui terá isenções fiscais ou deseja isto. Todos temos interesse no sucesso do projeto e na boa qualidade que ele terá, e estaremos unidos enquanto esta qualidade e este papel do Futura forem mantidos. Este, por si só, já é um grande fator de atração para o investimento na educação.¹⁴³

Entre as instituições que representavam o setor da indústria foram efetivadas parcerias com o Grupo Votorantim, a Companhia Vale do Rio Doce, a Sadia, além das confederações nacionais da indústria e transporte e das federações das indústrias de São Paulo e Rio de Janeiro. Antônio Ermírio de Moraes, presidente do grupo Votorantim, destacava-se também por sua participação na programação do Canal Futura, com um quadro no programa *Profissão: Empresário*, no qual dava dicas sobre a profissão. A Vale do Rio Doce, que por sua vez, havia acabado de passar por um processo de privatização, encampou rapidamente a ideia de apoiar o projeto educativo. O que talvez servisse como forma de amenizar as críticas que cercaram o processo de venda da estatal. Outra representante do setor industrial e parceira do Canal Futura era a Sadia, uma das líderes do setor alimentício brasileiro. A empresa catarinense foi uma das últimas a fechar acordo para o patrocínio do Futura, assinando o contrato no mês de inauguração da emissora.¹⁴⁴

As organizações sindicais patronais estavam representadas por quatro instituições – CNT, CNI, FIESP e FIRJAN –, que defendiam posições semelhantes sobre o papel da educação como ferramenta de qualificação da mão de obra brasileira. Em artigo publicado na *Folha de S.Paulo*, pela ocasião do feriado nacional do Dia das Crianças, o presidente da Fiesp, Carlos Eduardo Moreira Ferreira, destacou a atuação da instituição em prol das crianças desde sua fundação, em 1942, e não deixou de comentar a recente inauguração do Canal Futura. Para Moreira Ferreira, o objetivo do canal era “contribuir para a formação educacional e possibilitar o acesso ao conhecimento, visando o desenvolvimento das capacidades básicas de iniciativa do cidadão e sua participação social”. E finalizou o texto ressaltando “que todas essas ações ajudam a forjar o caráter e o espírito cívico das

¹⁴³ *Itaú Semanal*. “Canal Futura vai ao ar em 22 de setembro”. São Paulo, 01 de setembro de 1997.

¹⁴⁴ *A Gazeta*. “TV Futura”. Vitória, 10 de setembro de 1997.

novas gerações, capacitando-as a enfrentar de cabeça erguida e no rumo certo os desafios do próximo século”. Para o presidente da FIESP: “o que o Brasil mais precisa é de cidadãos no pleno exercício de seus direitos e conscientes de seus deveres para com a sociedade”.¹⁴⁵

Já a *Revista CNT* chamou a iniciativa do Canal Futura de “mutirão pelo futuro”. A CNT justificou sua participação no projeto dada a gravidade da situação educacional brasileira que se refletia “sobre praticamente todas as atividades desenvolvidas no país, incluídas as econômicas”, e que por esse motivo “formou-se uma espécie de consenso nacional sobre a conveniência e a urgência de ampliar investimentos em Educação”. Dessa forma, a “proposta do Futura teve origem na constatação, por parte das empresas e das entidades envolvidas no projeto, de que a Educação é o caminho para o desenvolvimento do país e de que, sem esse investimento, o país corre o risco de perder competitividade na economia mundial”. Nas palavras do presidente da CNT: “O Canal Futura é um verdadeiro símbolo da nova postura do empresariado brasileiro, consciente de suas responsabilidades sociais e políticas, principalmente no que diz respeito a melhoria da qualificação profissional”.¹⁴⁶

Se a grande indústria se fez representar de forma tão expressiva, o setor das micro e pequenas empresas também não seria esquecido, e o Sebrae foi o parceiro escolhido. O seu diretor-presidente, Pio Guerra Jr., durante a assinatura do convênio, fez questão de ressaltar que era “uma grande oportunidade para o Sebrae ser parceiro da Fundação Roberto Marinho em mais um projeto”. A assinatura foi celebrada por Roberto Marinho, que, em seu discurso, afirmou que era “com muita honra e alegria” que saudava “mais uma importante adesão ao projeto da TV Futura”. O convênio ainda previa a exibição da série *Oportunidades – como abrir seu próprio negócio*, produzida pelo Sebrae “para incentivar a micro e a pequena empresa brasileira”.¹⁴⁷ A parceria com o Sebrae coadunava com um dos valores do Futura: o empreendedorismo.

Por fim, temos os financiadores oriundos do setor de comunicação, representados pela *Turner Broadcasting System/CNN*, RBS e Rede Globo. Nesse setor, a hegemonia era do grupo Globo e destaca-se que outras empresas líderes

¹⁴⁵ *Folha de S. Paulo*. “Compromisso com os cidadãos do futuro”. São Paulo, 12 de outubro de 1997.

¹⁴⁶ *Revista CNT*. “Mutirão pelo futuro”. 01 de outubro de 1997.

¹⁴⁷ *O Globo*. “Sebrae assina convênio com a Fundação Roberto Marinho e participa da TV Futura”. Rio de Janeiro, 03 de setembro de 1997.

do setor não são convocadas para apoio majoritário, mas apenas para parcerias pontuais, o que remete à concorrência direta do campo televisivo e preocupação de não ceder espaço às concorrentes ainda que estas estejam muito aquém do potencial das Organizações Globo.

A parceria com a RBS, afiliada da Rede Globo, tem claramente um componente estratégico para a inserção nacional do Canal Futura. Maior grupo de comunicação do sul do país, afiliada da Rede Globo, proprietária do jornal *Zero Hora*, a RBS tornou-se um dos parceiros mais ativos da emissora, atuando na produção de programas e na divulgação dos primeiros passos do Futura. Na estreia da emissora, o jornal *Zero Hora* publicou um editorial intitulado “O canal do conhecimento”, no qual fez a defesa do projeto que “busca promover o binômio educação/cidadania” e que seria “a contribuição oferecida pelos que entendem ser a educação uma prioridade absoluta para o país”. Ao longo do texto, o jornal aponta que “O mercado de trabalho do próximo século terá lugar cada vez mais restrito para as pessoas sem um nível mínimo de conhecimento e de especialização. Embora a educação seja uma das tarefas básicas do Estado, ela é uma responsabilidade coletiva”.¹⁴⁸ Cita, ainda, o apelo do presidente Fernando Henrique Cardoso para que as empresas colaborassem como parceiros para solucionar a crise educacional brasileira. E o jornal prossegue:

Ao mesmo tempo que se constata – e se exige isso – que o Estado abandone tarefas e funções que não lhe são específicas, promovendo privatizações e enxugando a máquina pública, é preciso que haja consciência por parte das empresas de que, sem paternalismos, há uma tarefa social que lhes cabe desempenhar. É necessário que, junto com o poder público, as empresas e a sociedade assumam os pesados custos do atraso, da ignorância e da desigualdade.¹⁴⁹

O texto ainda ressalta o poder que a televisão pode ter para resolver os problemas educativos, afinal, “se há no país 33 milhões de aparelhos e se a população passa diante da televisão uma média de quatro horas diárias, não há instrumento de comunicação mais poderoso e mais abrangente”. O texto encerra-se afirmando que o canal atingiria as expectativas do ministro da educação, Paulo Renato Souza, e seria “um salto na qualidade de educação do país”.¹⁵⁰

¹⁴⁸ *Zero Hora*. “O canal do conhecimento”. Porto Alegre, 22 de setembro de 1997.

¹⁴⁹ *Zero Hora*. “O canal do conhecimento”. Porto Alegre, 22 de setembro de 1997.

¹⁵⁰ *Zero Hora*. “O canal do conhecimento”. Porto Alegre, 22 de setembro de 1997.

Outra parceira era a *Turner Broadcasting System/CNN*, fato que merece destaque, pois dialoga claramente com a fase de internacionalização que se inicia na política de comunicação brasileira. E, talvez, resida nessa abertura de mercado o interesse da CNN em apoiar o projeto e garantir desde então já o seu filão no mercado de TV paga do Brasil. O empresário norte-americano Ted Turner esteve pessoalmente no lançamento do projeto da emissora, em março de 1997, no Rio de Janeiro.¹⁵¹

Nas palavras da crítica de televisão d'*O Globo* Patrícia Kogut, o empresário Ted Turner “é um conhecido idealista”; a jornalista afirma que o “seu engajamento em causas como a educação é tão grande que na década de 80, ele lançou a Turner Learning, um braço de sua empresa sem fins lucrativos, exclusivamente dedicado ao aprendizado”.¹⁵² Diretamente “dos Estados Unidos, a empresa Turner organiza a circulação de filmes, caricaturas e notícias em muitos países latino-americanos – e já em alguns países europeus, como a França” (CANCLINI, 1994, p.145). Um dos programas de maior sucesso “é o *CNN newsroom*, um telejornal diário, exibido na CNN”. O programa *Sala de Notícias do Futura*, no qual “as notícias do dia são esmiuçadas por um âncora e um comentarista para facilitar a compreensão do professor” seria “francamente inspirado” na experiência do *CNN Newsroom*.¹⁵³ Posteriormente, a *Turner* viria a ser parceira em outros programas do Futura, tais como como: *Cine Conhecimento – Sessão atualidade – comportamento* (1997), *Cine Profissões* (1997), *Você Faz a Diferença* (1998), *Know how* (1998), *Revolução na Educação* (1998), *Boa notícia* (2000), *Juventude 2000: Retratos da Infância e adolescência no Mundo* (2002).

Ao contrário da maioria das declarações dos parceiros, havia um plano de negócios muito bem arquitetado pela Fundação Roberto Marinho para convencer os parceiros a investirem no canal. Documentos internos apontam que cada parceiro teria “uma vez e meia o valor investido como retorno em mídia nos principais veículos das Organizações Globo, através da assinatura da propaganda institucional do canal”. Havia, ainda, a demonstração de que cada parceiro poderia se “beneficiar de reduções tributárias no valor de R\$ 423.078,00 (empresa financeira) e R\$ 305.500,00 (empresa não financeira)”. Desse modo, os parceiros poderiam a partir

¹⁵¹ *Revista da Indústria*. “O caminho do conhecimento”. São Paulo, 08 de setembro de 1997.

¹⁵² *O Globo*. “Nos programas, modelos baseados na Turner Learning”. Rio de Janeiro, 22 de setembro de 1997.

¹⁵³ *O Globo*. “Nos programas, modelos baseados na Turner Learning”, 22 de setembro de 1997.

de “contribuições trimestrais” viabilizar “juntamente com as Organizações Globo, um projeto de grande alcance”, capaz de agregar “às suas marcas prestígio, visibilidade e reconhecimento social”.¹⁵⁴

O relatório aponta as modalidades de participação dos parceiros. Primeiramente, o elemento veiculado seria sempre a marca da empresa e nunca um produto específico. Essa marca estaria associada “nas chamadas promocionais do canal”, “assinando projetos educativos promovidos em parceria”, ou seja, na divulgação de programas produzidos em parceria, ou “em projetos educacionais próprios”. O relatório ainda previa que “a distribuição na mídia poderá ser alterada para atender interesses dos parceiros”, o que indica um poder de barganha dessas empresas na escolha de inserção de suas marcas nos veículos midiáticos.¹⁵⁵

No aniversário de dois anos do Canal Futura, os parceiros manifestaram seus votos em declarações públicas que revelam muito mais sobre a forma como cada um desses agentes enxergava a atuação do Futura e quais eram os seus objetivos em apoiar a iniciativa do que sobre o papel que a emissora realmente desempenhou nos seus primeiros dois anos de existência.

O presidente da Vale do Rio Doce Benjamin Steinbrunch põe relevo na atuação ativa de sua empresa ao afirmar: “Quando decidimos investir no Canal Futura, encontramos o meio ideal de levar adiante a proposta de contribuir para a educação e, conseqüentemente, para a cidadania de nosso povo”. Nesta perspectiva a parceria com o Canal era vista como um investimento em cidadania.¹⁵⁶

Outra declaração que remete à questão nacional partiu do Sérgio Moreira, presidente do Sebrae, para o empresário:

Uma nação soberana e livre se ergue priorizando a educação. Nesses dois anos de existência, o Futura levou a todo o país informação e conhecimento. Suas imagens invadiram as salas, as praças e as ruas, levando ao povo educação e cultura. Esta é uma contribuição decisiva para a construção do Brasil mais justo e solidário que todos desejamos.¹⁵⁷

Nas palavras de Sérgio Moreira nota-se uma ênfase ao desenvolvimento nacional, ao se referir a uma “nação soberana e livre” e a construção de um “Brasil mais justo e solidário”. Destaca-se também a ênfase no papel da emissora na

¹⁵⁴ FRM; GLOBOSAT. *Canal de Educação*. Rio de Janeiro, 1996, p.21.

¹⁵⁵ FRM; GLOBOSAT. *Canal de Educação*, 1996, p.22

¹⁵⁶ Revista Futura, nº8, 1999, p.8-9.

¹⁵⁷ Revista Futura, nº8, 1999, p.8-9.

difusão da “informação e conhecimento”, “levando ao povo educação e cultura”, uma declaração que corrobora com a identidade popular que a emissora buscou construir durante seu processo de estruturação.¹⁵⁸

O presidente da CNT Clésio Andrade aproveitou a oportunidade do aniversário de dois anos do Canal Futura e declarou: “O Futura, como nós da CNT, tem uma preocupação grande com a educação, a criança, o jovem. Acredito que precisamos alcançar um público maior para divulgarmos mais ainda a programação, que é de excelente nível”. Na declaração nota-se, primeiramente uma preocupação com parte do público-alvo da emissora, ou seja, as crianças e os jovens. Mas é importante destacar a forma com que o parceiro afirma sobre a necessidade de alcançar um público maior, indicando que a preocupação de uma ampliação do sinal da emissora partia também de uma contrapartida de seus parceiros.¹⁵⁹

Outro parceiro que demonstra preocupação com o público jovem é o presidente do Conselho de Curadores da Fundação Odebrecht, Norberto Odebrecht, ao afirmar que o compromisso de sua instituição é com “a educação do adolescente para a vida”. Em sua declaração reforça a importância do apoio da “sociedade civil e, em particular, de outras organizações empresariais”, além de destacar “a conquista do Prêmio ECO 1999”, na categoria Educação, “concedido pela Câmara Americana do Comércio”.¹⁶⁰

Para o presidente da Fiesp, Horacio Lafer Piva: “ao completar seus dois primeiros anos, o Futura já ocupa, por seus méritos, um lugar de destaque na história da televisão brasileira”. A assertiva do presidente da FIESP vem acompanhada do desejo de que esse espaço seja ampliado em um futuro próximo: “Estamos certos de que novas e instigantes fronteiras na difusão de temas educativos e culturais estarão ao alcance do Futura nos próximos anos”.¹⁶¹

Sobre o aniversário de dois anos do Canal Futura, o presidente da CNI, Carlos Eduardo Moreira Franco declarou:

A parceria entre o Sistema CNI-SESI-SENAI-IEL e o Futura tem rendido excelentes resultados, permitindo uma comunicação eficiente com crianças, jovens, professores, donas-de-casa, trabalhadores, telespectadores dos mais diferentes locais. Os programas que

¹⁵⁸ Revista Futura, nº8, 1999, p.8-9.

¹⁵⁹ Revista Futura, nº8, 1999, p.8-9.

¹⁶⁰ Revista Futura, nº8, 1999, p.8-9.

¹⁶¹ Revista Futura, nº8, 1999, p.8-9.

produzimos e veiculamos no Futura, como o *De frente para a vida* e o *Olha só o perigo*, tiveram grande repercussão.¹⁶²

Ao enfatizar a parceria entre as instituições, Moreira Franco buscou destacar o protagonismo da CNI nas ações educativas para um amplo público tais como “crianças, jovens, professores, donas-de-casa, trabalhadores”, mencionando, inclusive iniciativas específicas como os programas *De frente para a vida* e o *Olha só o perigo*. Na mesma direção temos a declaração do presidente da FIRJAN:

Sempre preocupada com o bem-estar social, a FIRJAN, através das escolas do SENAI e do SESI, e da parceria com o Futura, importante veículo de comunicação, tem buscado ampliar o conhecimento dos jovens num esforço permanente e contínuo de melhorar a cultura e o *know-how* profissionais das nossas comunidades. Por isso, gostaríamos de parabenizar o Canal pelo seu segundo aniversário.

Mais do que uma declaração de congratulação ao Canal Futura por seu aniversário nota-se uma necessidade de afirmação sua preocupação “com o bem-estar social” e com o “esforço permanente”.

Parceiros do Canal Futura, *Turner Broadcasting* e Sadia destacaram em suas declarações os aspectos técnicos de programação da emissora. Jon Petrovich, presidente da *Turner* para a América do Sul, parabenizou: “todas as pessoas que, direta ou indiretamente, têm contribuído para que o Futura vá ao ar com tanta qualidade na forma e no conteúdo. E também os telespectadores, que ganham todos os dias um presente valioso: o conhecimento”. Já o presidente do Conselho de Administração da Sadia, Luiz Fernando Furlan afirma que: “O Futura, em seus dois anos de atuação, tem mostrado seu pioneirismo e sua competência técnica para levar o saber aos mais longínquos rincões do Brasil, colaborando de maneira direta na missão de elevar o nível educacional de nosso país”.¹⁶³

Na grande maioria das declarações a ênfase recai na importância da educação como ferramenta para o desenvolvimento do país e no Futura como uma instituição que vem contribuindo para que tais objetivos sejam alcançados. Os parceiros do setor financeiro destacam:

A Educação é a principal alavanca de desenvolvimento de um país. O Futura, nesses dois anos, vem cumprindo a sua missão, e o Banco Itaú, por intermédio do Programa Itaú Social, manifesta a sua

¹⁶² Revista Futura, nº8, 1999, p.8-9.

¹⁶³ Revista Futura, nº8, 1999, p.8-9.

satisfação em participar deste firme processo de fortalecimento da cidadania.

As palavras são do diretor presidente do Banco Itaú, Roberto Egydio Setúbal e reforçam a visão da educação como “alavanca do desenvolvimento de um país” e que tais ações integrariam um “processo de fortalecimento da cidadania”. Na mesma linha temos a declaração do presidente do Conselho de Administração da Organização Bradesco, Lázaro de Mello Brandão:

O Canal Futura, como veículo de educação permanente, alcança todas as camadas sociais e desempenha, com êxito, o importante papel de contribuir efetivamente para a democratização do ensino no país. Por acreditar nos benefícios de tão valiosa iniciativa, nos orgulhamos dessa parceria.¹⁶⁴

A declaração do presidente da RBS Nelson Pacheco Sirotsky também destaca o papel da emissora no desenvolvimento da educação nacional, para o empresário:

A RBS, como empresa de comunicação, tem consciência plena de sua responsabilidade no desenvolvimento da educação em nosso país e se integra com entusiasmo ao projeto pioneiro do Canal Futura, que vem dando uma contribuição decisiva para aprimorar a educação no Brasil (grifo nosso)¹⁶⁵.

Já Antônio Ermírio de Moraes, presidente do Grupo Votorantim destaca:

É com satisfação que comemoramos o segundo aniversário do Canal do Conhecimento, um projeto educacional pioneiro, realizado por intermédio de parcerias entre a Fundação Roberto Marinho e empresas privadas, cujo objetivo é reduzir os altos índices de analfabetismo existente no Brasil e disseminar, numa escala mais abrangente, a nossa cultura. Eis uma união que está dando certo!¹⁶⁶

Apesar de atuar de forma rotineira na emissora Antônio Ermírio de Moraes parece desconhecer os objetivos da instituição, ao afirmar que o objetivo “é reduzir os altos índices de analfabetismo no Brasil”, essa opção não prevalece, sobretudo quando analisamos a grade de programação do “canal do conhecimento”. Como será visto no último capítulo, não havia nenhum programa voltado para a alfabetização, mas apenas a cobertura jornalística de iniciativas que ocorriam Brasil

¹⁶⁴ Revista Futura, nº8, 1999, p.8-9.

¹⁶⁵ Revista Futura, nº8, 1999, p.8-9.

¹⁶⁶ Revista Futura, nº8, 1999, p.8-9.

afora, como os projetos Alfabetização Solidária, do governo federal, e o trabalho desenvolvido pela ONG Ação Educativa.

Buscando escapar da armadilha de tratar de projetos mais específicos do Canal Futura, Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna, fez uma declaração geral com elogios à emissora, aos parceiros e aos demais envolvidos:

O Futura realiza sua missão com competência, criatividade, comprometido com a educação. O capital social advindo desta sinergia entre empresas e fundações cresce a cada dia. Por meio da televisão, comunidades, organizações populares, instituições de ensino, grupos e indivíduos interagem, aliam-se, realizam no presente a potencialidade de nossa brava gente brasileira. Parabéns à equipe do Futura pelas ondas de cidadania que irradiam pelo Brasil.¹⁶⁷

As tais “ondas de cidadania” veiculadas pelo Canal Futura seriam o motivo maior para o êxito da emissora em sua missão. Já o presidente da *Compaq Computer Brasil* Michael Shoemaker destaca a parceria entre as instituições e a importância da emissora para o futuro de milhões de brasileiros:

A Compaq parabeniza o Futura por seu 2º aniversário e sente-se extremamente gratificada com esta parceria e pelo excelente trabalho social que vem realizando. Na era da informação, o trabalho do Canal Futura é de fundamental importância para que milhões de brasileiros tenham acesso ao conhecimento e possam construir um futuro melhor.¹⁶⁸

Demonstrando sua inserção nos negócios educacionais, o Canal Futura participou entre os dias 22 e 26 de maio de 2000 do *World Education Market*. O “primeiro mercado internacional de produtos de educação”, realizado em Vancouver, no Canadá. Representaram a emissora, a gerente-geral Lúcia Araújo, e a coordenadora do Núcleo de Pesquisa e Aquisição Paula Taborda. O evento que contou com a “presença dos principais distribuidores e exibidores mundiais” apresentou as “novas tendências em produção programação, produtos, conceitos e formatos”.¹⁶⁹

Mas a relação com os parceiros da iniciativa privada que durante muito tempo foi anunciada como uma das principais inovações da emissora também tinha seus problemas. E não eram poucos os desafios, ao ponto do Canal Futura, no ano de

¹⁶⁷ Revista Futura, nº8, 1999, p.8-9.

¹⁶⁸ Revista Futura, nº8, 1999, p.8-9.

¹⁶⁹ Canal Futura, Informativo Futura, nº 13, junho de 2000.

2001, contratar a empresa Draft para prestar serviços de consultoria para solucionar alguns desses problemas:

Embora os parceiros do Canal Futura tenham decidido a sua participação como forma de demonstrar a responsabilidade social de suas organizações, na sua maioria não conseguiram explorar amplamente esta atuação diante dos públicos de seu interesse, o que estaria gerando frustrações em alguns deles. [...] A fórmula de associar a marca de sua organização ao prestígio da Fundação Roberto Marinho resulta numa solução simplista que acaba por ter seu custo questionado a médio prazo se não são empreendidas ações simultâneas para a maximização dos investimentos no Canal Futura. [...] A pluralidade de projetos do Canal Futura e a difícil relação de cada um deles com o seu parceiro ideal prejudicam a percepção externa de quem seja o parceiro, que se frustra por não receber manifestações de apoio a seu investimento. [...] A proposta de comunicação ousada e revolucionária do Futura, como canal não governamental, ainda não foi entendida pelo público em geral, público que inclui, lamentavelmente, os decisores e os maiores influenciadores nas decisões dos parceiros.¹⁷⁰

Em busca de novos patrocinadores e como parte do seu projeto de divulgação das ações dos parceiros, o Canal Futura lançou a campanha “Valor”, veiculada no jornal *Valor Econômico* entre os dias 20 de junho e 10 de julho de 2001. A campanha além de divulgar os antigos parceiros e suas ações tinha por objetivo alcançar novas empresas interessadas em patrocinar o canal. Cada parceiro teve a sua marca veiculada em um anúncio exclusivo de meia página, publicado durante um dia específico da semana (quadro 2).

Quadro 2 – Publicação dos anúncios dos parceiros na campanha *Valor*

Data de publicação	Parceiro
21/06/2001	Fundação Vale do Rio Doce
22/06/2001	Itaú
25/06/2001	Grupo Votorantim
26/06/2001	RBS
27/06/2001	CNI, Sesi e Senai
28/06/2001	Sadia
29/06/2001	CNT
02/07/2001	Fiesp, Sesi e Senai
03/07/2001	Sistema Firjan
04/07/2001	Fundação Bradesco
05/07/2001	SEBRAE
06/07/2001	Instituto Ayrton Senna
09/07/2001	Rede Globo
10/07/2001	CNN/Turner

Fonte: FUTURA. Quatro anos de canal do conhecimento. 2001.

¹⁷⁰ DRAFT WORLD WIDE. *Fundação Roberto Marinho, Canal Futura* (Relatório de Consultoria). Rio de Janeiro, 13 de março de 2001.

O primeiro anúncio, publicado no dia 20 de junho de 2001, não possuía parceiro específico, era um convite geral para acompanhar a histórias de parcerias que seriam contadas nos próximos dias (figura 14). Na parte inferior da página anunciava-se:

Transmitir conhecimento, investir no ser humano. O Canal Futura, assim como você, acredita em responsabilidade social são 4 anos colocando em prática um projeto educativo que vai além da TV. Vai às escolas, hospitais, presídios, comunidades, enfim, aonde o país mais precisa. O Futura já tem grandes parceiros e casos de sucesso. Histórias que você irá conhecer a partir de amanhã. E quem sabe em breve, também ter a sua para contar. A sua empresa pode trabalhar com o Futura por um Brasil melhor. Participe. A sua parceria pode ajudar a tornar a realidade o sonho do conhecimento.¹⁷¹

Figura 14 – Anúncios de abertura e encerramento da campanha *Valor*

The figure consists of two main parts. On the left is a large vertical poster with a yellow background. It features a photograph of a woman and a child. The text on the poster reads: "SE VOCÊ QUER ESTAR PRESENTE NO MAIS INOVADOR CANAL DE EDUCAÇÃO DO BRASIL, RESPONDA A ESTA CHAMADA." Below the text are several logos of partner organizations, including Fundação Brasileira, V, TV, Fundação de São Paulo, Sadia, and SEBRAE. On the right is a grid of 24 smaller posters, each with a yellow background and a photograph of a project. Each poster includes a title, a brief description of the project, and the name of the partner organization. The posters are arranged in a 4x6 grid. At the bottom right of the grid is a larger poster with the text "RESERVADO PARA SUA HISTÓRIA DE SUCESSO COM O FUTURA." and the Futura logo. At the bottom of the grid, there is a line of text: "Estes são os parceiros do Canal Futura que investem em projetos educativos e praticam a responsabilidade social. A sua parceria pode tornar realidade o sonho do conhecimento de muita gente. Ligue: (11) 2482-3282 / 2163-8944" and logos of the partner organizations.

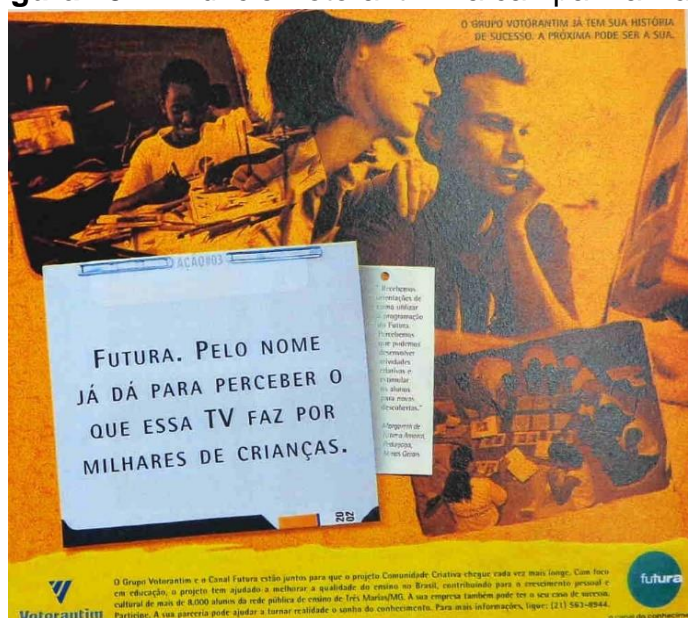
Fonte: FUTURA. Quatro anos de canal do conhecimento. 2001. p.18-33.

¹⁷¹ FUTURA. *Quatro anos de canal do conhecimento*. Rio de Janeiro, 2001. p.18.

O anúncio da história de parceria do Grupo Votorantim com o Futura, por exemplo, publicado no dia 25 de junho de 2001, trazia as seguintes informações (figura 15):

O Grupo Votorantim e o Canal Futura estão juntos para que o projeto Comunidade Criativa chegue cada vez mais longe. Com foco em educação, o projeto tem ajudado a melhorar a qualidade do ensino no Brasil, contribuindo para o crescimento pessoal e cultural de mais de 8.000 alunos da rede pública de ensino de Três Marias/MG. A sua empresa também pode ter o seu caso de sucesso. Participe. A sua parceria pode ajudar a tornar realidade o sonho do conhecimento. Para mais informações, ligue: (21) 563-8944.¹⁷²

Figura 15 – Anúncio Votorantim na campanha *Valor*



Fonte: FUTURA. *Quatro anos de canal do conhecimento*. 2001. p.21

Desse modo, cada um dos parceiros teve sua história de parceria com o Futura contada, dia após dia da campanha. O último anúncio, assim com o primeiro também foi de página inteira e recapitulou as “14 histórias de sucesso” que haviam sido publicadas anteriormente, mas com um espaço em branco e os dizeres: “Reservado para sua história de sucesso com o Futura” (figura 14).

A primeira questão que deve se pensar na campanha “Valor” é o veículo escolhido. O jornal *Valor Econômico* constituía-se como um periódico voltado ao empresariado nacional. Nota-se a visão da área de comunicação e *marketing* na escolha do tipo de campanha para cada veículo. A escolha do local do anúncio

¹⁷² FUTURA. *Quatro anos de canal do conhecimento*. Rio de Janeiro, 2001. p.21.

também age diretamente na confecção da mensagem publicitária. Como exemplo, temos os anúncios publicados na revista *Meio e mensagem*, no qual a ênfase recai na visibilidade que o Canal Futura traz para a empresa parceira e não na característica educativa de sua programação.

Nota-se na campanha *Valor* a tentativa de responder a um antigo problema de comunicação do Canal Futura, diagnosticado, alguns anos antes, pelas consultorias contratadas: o fato de que em meio a tantos patrocinadores as marcas das empresas, pouco se destacavam, dificultando a identificação por parte do público daquele apoio específico, o que consequentemente frustrava os apoiadores que não eram reconhecidos socialmente como parte do projeto. Ao dedicar um anúncio por parceiro, ainda que tenha mantido um modelo padrão que respeitava a identidade da campanha e a marca do parceiro fosse inserida de forma discreta, nota-se uma pequena mudança na estratégia de comunicação.

Como podemos observar ao longo do capítulo foram vários os pontos comuns entre a *La Cinquième* e o Canal Futura. E ainda que cada um tenha tido uma trajetória singular, como veremos no próximo capítulo, questões muito semelhantes atravessaram os dois projetos, como buscamos demonstrar. Seja pela preocupação na construção de uma imagem sólida ligada ao conhecimento ou na inserção das emissoras no combate às crises vividas nos dois países. Na identificação enquanto emissoras populares, marcando posição em relação às experiências educativas anteriores e a uma visão elitista de programação cultural. E por fim, na tentativa de fazer das emissoras um negócio lucrativo, com diversas ações que buscavam capitalizar ainda mais essas experiências realizadas na última década do século XX.

3 AS TRAJETÓRIAS DAS EMISSORAS DO CONHECIMENTO

3.1 Inauguração e primeiros passos

No dia 13 de dezembro de 1994, entrava no ar a *La Cinquième*. A cerimônia de inauguração da emissora ocorreu no principal museu da França, o Louvre. Fechado para o público geral às terças-feiras, o museu abriu as suas portas para o primeiro-ministro Édouard Balladur e seus correligionários, para Jean-Marie Cavada e demais funcionários da *La Cinquième*, para centenas de crianças vindas de todos os cantos do país e para os jornalistas que cobriram a festa. Quem não teve o privilégio de estar *in loco* pôde acompanhar a cerimônia do conforto de seu lar. Na telinha, por volta das 18h00, assistiu-se a um espetáculo de luzes: o recinto tomado por meninas e meninos que seguravam e movimentavam cada um sua lanterna, apontando-as para cima como se os feixes de luz pudessem atingir as paredes de vidro e aço da grande pirâmide do museu, enquanto uma menina atravessava o salão segurando o símbolo da nova emissora, com a mesma solenidade de uma atleta que porta a tocha olímpica. A menina entregou o símbolo para a multidão de crianças, que o fizeram deslizar sobre suas cabeças, de mão em mão, até chegar ao outro lado do salão, quando, então, um jovem menino caminhou sozinho com o símbolo, por mais alguns metros, até repousá-lo em um pedestal que estava na base de um grande telão. Nesse momento, o canhão de luz que havia acompanhado o símbolo ao longo de todo o trajeto se apagou, restando apenas o brilho vibrante das centenas de lanternas e, em coro, as crianças iniciaram uma contagem regressiva que se encerrou, após cinco segundos, para a explosão de alegria de todos os presentes. Entrava no ar a *La Cinquième*.¹⁷³

Apesar de estar transmitindo seus programas desde o dia 13 de dezembro de 1994, a *La Cinquième* foi constituída oficialmente apenas no dia 21 de janeiro de 1995, com a publicação de dois decretos no Diário Oficial, contemplando o estatuto e o caderno de encargos da emissora. Segundo o caderno de encargos, a *La Cinquième* era obrigada a propor programas “de caráter educativo e cultural”, sobre trabalho, emprego, formação e orientação profissional, vida social e cívica, inserção dos estrangeiros e prevenção. Deveria também “privilegiar”, “a compreensão do mundo”. Para cumprir tais objetivos poderia conduzir acordos de co-produção,

¹⁷³ Lançamento da *La Cinquième*. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=586sT6avkYI>. Acesso realizado em: 19/09/2014

notadamente com outros canais públicos e mais especificamente com *ARTE*, ao qual ela deve ser “complementar e solidária”.¹⁷⁴

No Brasil, quase três anos depois, o Canal Futura seria oficialmente lançado de forma um pouco mais discreta, durante a *TV Link*, evento de negócios do mercado televisivo. Na cerimônia, o vice-presidente das Organizações Globo, João Roberto Marinho destacou a participação dos parceiros da iniciativa privada:

Até há algum tempo, se dizia que a obrigação dos empresários era criar empregos e gerar impostos. O Brasil mudou, e o mundo também. Hoje, é necessário ir além, assumir responsabilidades sociais em favor do povo. Nesse momento, estamos assumindo essa obrigação no campo da educação a distância.¹⁷⁵

O editorial do primeiro número da *Revista Futura* apresentou de uma maneira simples e direta os propósitos da nova emissora:

Arregaçar as mangas e trabalhar duro. Partindo desse propósito e da certeza de que a união é a melhor forma de vencer obstáculos, surgiu o Canal Futura. [...] Educação, serviços de utilidade pública e valores de cidadania estão entre os pontos mais importantes do Canal, que pretende difundir a proposta de mobilização comunitária por todo o Brasil.¹⁷⁶

O texto lançou mão de “lugares comuns”, tais como “arregaçar as mangas”, “trabalhar duro” e a “união faz a força” para justificar a existência do Canal Futura. Ainda segundo o editorial, “educação”, “serviços de utilidade pública” e “valores de cidadania” estariam entre os pontos mais importantes da emissora, conjuntamente com a difusão da “proposta de mobilização comunitária” por todo o país.

Tanto na *La Cinquième* quanto no Canal Futura o cumprimento dos objetivos propostos inicialmente e constantemente avaliados pela imprensa dependia diretamente do bom funcionamento da dinâmica dos funcionários. Daí a importância de se conhecer os organogramas de cada uma das emissoras. A *La Cinquième* e o Canal Futura possuíam uma estrutura de funcionários muito parecida. Cada emissora contava com aproximadamente uma centena de trabalhadores, número relativamente baixo para emissoras de televisão. E foi com esse quadro que as duas emissoras tiveram de dar os seus primeiros passos no campo televisivo.

¹⁷⁴ *Le Monde*, “La Cinquième enfin constituée officiellement », Paris, 27 de janeiro de 1995.

¹⁷⁵ *O Globo*. “Congresso marca o lançamento do novo canal Futura, distribuído através da Net”. Rio de Janeiro, 25 de setembro de 1997.

¹⁷⁶ *Revista Futura*. Editorial. Nov./dez. 1997

A *La Cinquième* nasceu com um capital social de 90 milhões de francos. Em 1996, seu o orçamento total saltou para 755 milhões; porém, esse valor era equivalente a somente 10% das despesas da principal emissora privada francesa, a TF1. Desse montante, 455 milhões eram gastos com a produção dos programas. Os recursos eram quase totalmente públicos, 55% garantidos pelas verbas advindas da *redevance* – número equivalente a 4% do total recolhido pela *France 2*, por exemplo, que recebia aproximadamente 29% do valor total arrecadado –, 43% do orçamento do Estado e os outros 2% eram fornecidos pela publicidade ou por outras receitas comerciais (VEYRAT-MASSON, 2001, p.213).

Entre os principais agentes do organograma inicial da *La Cinquième* estavam, além do presidente Jean-Marie Cavada, Maxime Lefebvre, antigo conselheiro do presidente da *France-Télévision* a partir de 1991 e antigo responsável da ORTF e em seguida do INA e da SFP era o secretário geral. Jean Mino, antigo responsável da produção e programação da *Antenne 2*, a partir de 1992 tornou-se diretor da unidade de jogos da TF1, era o *directeur d'antenne*. Cyril Viguier, produtor e apresentador do programa *Planète show* na *France 3* e antigo responsável pelos programas da SFP voltados ao público entre 18 e 30 anos era o *directeur adjoint des programmes*. E Michèle Vallon, diretora de produção, também atuou na *France 3* até 1991, antes de seguir para a *Pathé-Télévision*.¹⁷⁷

Uma particularidade da *La Cinquième* em relação as outras emissoras francesas era a atuação de editorias especializadas. A função surgiu da cabeça do presidente Jean-Marie Cavada, inspirada nas editoras de livros. Os editores possuíam origens diversas, havia jornalistas, outros que vieram do meio televisivo e os demais especialistas em suas áreas. Quando da inauguração da *La Cinquième* a maioria dos editores eram profissionais de televisão.¹⁷⁸ Inicialmente, eram 11: Claude Brovelli (documentários e descoberta); Philippe Chatel (juventude); Nathalie Darrigrand (educativos); François Desplats (emprego, Eurojournal, economia, línguas e atualidade); Jean-François Doisne (cinema); Daniel Duigou (mídias e acontecimentos); Hervé Guérin (literatura, educativos, meteorologia); François

¹⁷⁷ *Le Monde*, « Nomination jeudi 19 mai 1994 des principaux responsables du cinquième (avant Arte) », 21 de maio de 1994.

¹⁷⁸ *Magazines des programmes*, 28 de janeiro de 1995. p.18

Lanzenberg (biografia e história); Elizabeth Lerminier; Jacques Mérighi; Sylvie Pierre (prevenção e saúde).¹⁷⁹

Havia ainda o setor de parcerias e projetos culturais, responsável por colocar no mercado os produtos da *La Cinquième*, composto por Mohamed Bendjebbour, Gilles Berthaut, Caroline Bucaille, Xavier de Doncel, Stéphane Gaultier, Lionel Geneste e Ann-Sophie Richard, sob a direção de Didier Lecat.¹⁸⁰ O setor de comunicação contava com a participação de Marie-France Chatrier, Pascales Diabaté, Frédérique Lemanire, Laure Desmoulin, Eric Martinet, Lauretn Mondy, Florence Mihaïl, Anne-Laure Casetta, Nathalie Reyre, Anne Brunet e Anne-Sophie Bruttman, sob a direção de Jacques Bouzerand. Em suas palavras, o setor era responsável por: “fazer conhecer e explicar o que faz a *La Cinquième* [...] junto ao grande público e aos públicos-alvo: jornalistas, representantes do mundo político, atores do mundo educativo e personalidades da paisagem audiovisual francesa”.¹⁸¹ E por fim, a *La Cinquième* contava com Sylvain Anichini como diretor técnico.¹⁸²

A emissora organizava-se em torno de um Conselho de Administração formado por 15 membros divididos entre representantes do Estado, do Parlamento, da Assembleia Geral dos Acionistas e o pessoal. Esse conselho recebia a colaboração de um Comitê de Orientação, presidido pela jornalista Jacqueline Boudrier do CSA. Tal órgão era composto de 21 especialistas em áreas prioritárias, se reunia bimensalmente e publicava relatórios sobre as escolhas editoriais, a grade de programação e os principais programas do canal (VEYRAT-MASSON, 2011, p.212). Entre seus membros: Louis Malassis (Agricultura); Étienne Guyon (CSA); Hélène Waysbord-Loing e André Lafond (Educação); Jean-Jacques Duby (Ensino Superior); Alain Erlande-Brandenburg (Culture).¹⁸³

Outra instância era o Comitê Científico, presidido pelo filósofo Michel Serres e que tinha como membros: Maurice Lévy (membro da Sociedade Francesa de Física), Yves Coppens (diretor do laboratório de antropologia do Museu de História Natural e do Museu do Homem), Claude Jasmin (presidente do Conselho Internacional para o Progresso Social da Saúde), Albert Jacquard (Biólogo,

¹⁷⁹ *Mediasphères*, « Editeurs : les gardiens de la ligne éditoriale », Paris, 14 de dezembro de 1995.

¹⁸⁰ LECAT, Didier. « Développer La Cinquième en nouant de nobreux partenariats et en menant une action culturelle proche des téléspectateurs ». s/d.

¹⁸¹ BOUZERAND, Jacques. « Faire savoir ». s/d.

¹⁸² ANICHINI, Sylvain. « Le tout-digital aujourd'hui ». s/d.

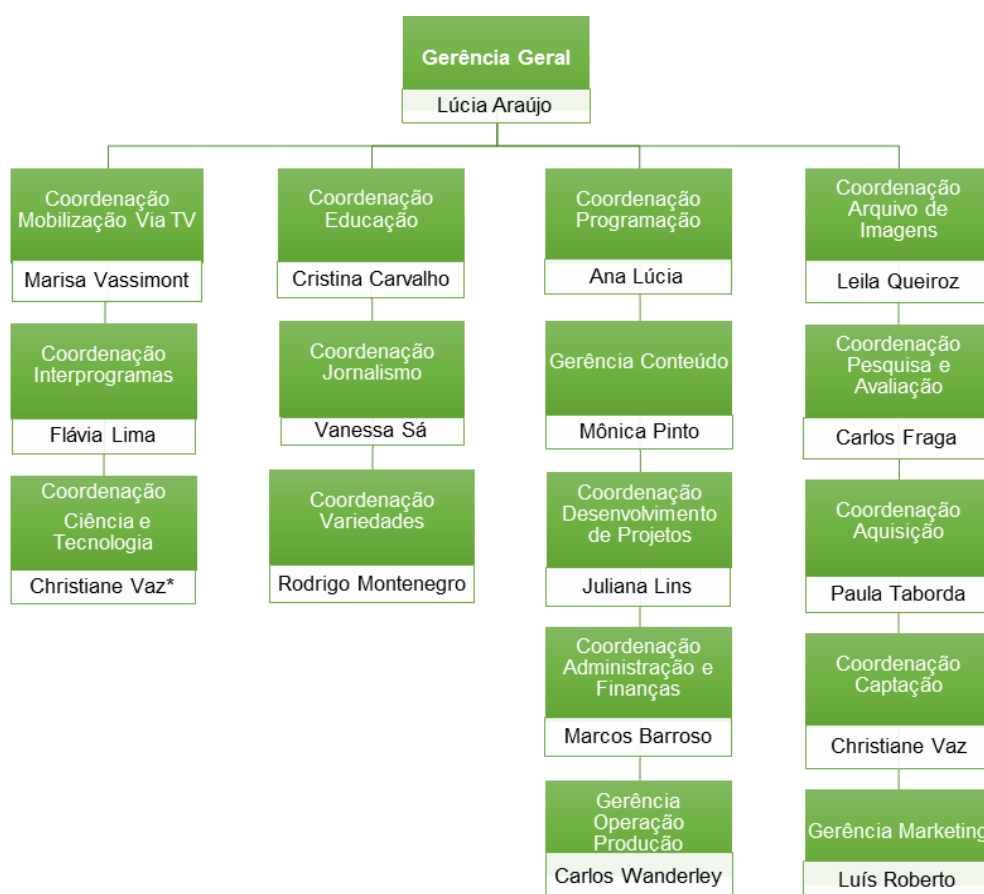
¹⁸³ *Magazines des programmes*, 11 de fevereiro de 1995. p.35

especialista em genética) e Pierre Rosavallon (da *École des Hautes Études en Sciences Sociales* – EHESS).¹⁸⁴

E, por fim, a Célula Pedagógica, responsável pelas avaliações do impacto e eficiência do canal no meio educativo coordenada por Alain Brunet, renomado trompetista de jazz que se tornou inspetor da administração da educação nacional (VEYRAT-MASSON, 2001, p.212).

No caso do Canal Futura, os funcionários foram divididos inicialmente em seis setores: Superintendência; Direção Geral; Administração; Produção; Operações e Promoções. As seis áreas abrigavam um total de 87 funcionários, em 54 cargos diferentes. Para o primeiro ano de existência da emissora, a previsão total de despesas anuais com a folha salarial (o que inclui salários e encargos trabalhistas) ultrapassava os R\$ 4 milhões.¹⁸⁵

Figura 16 – Organograma do Canal Futura (1999)



Fonte: Adaptado pelo autor a partir do *Relatório de Macro Processos, Estrutura Organizacional e Análise dos Pontos de Atenção* p.7

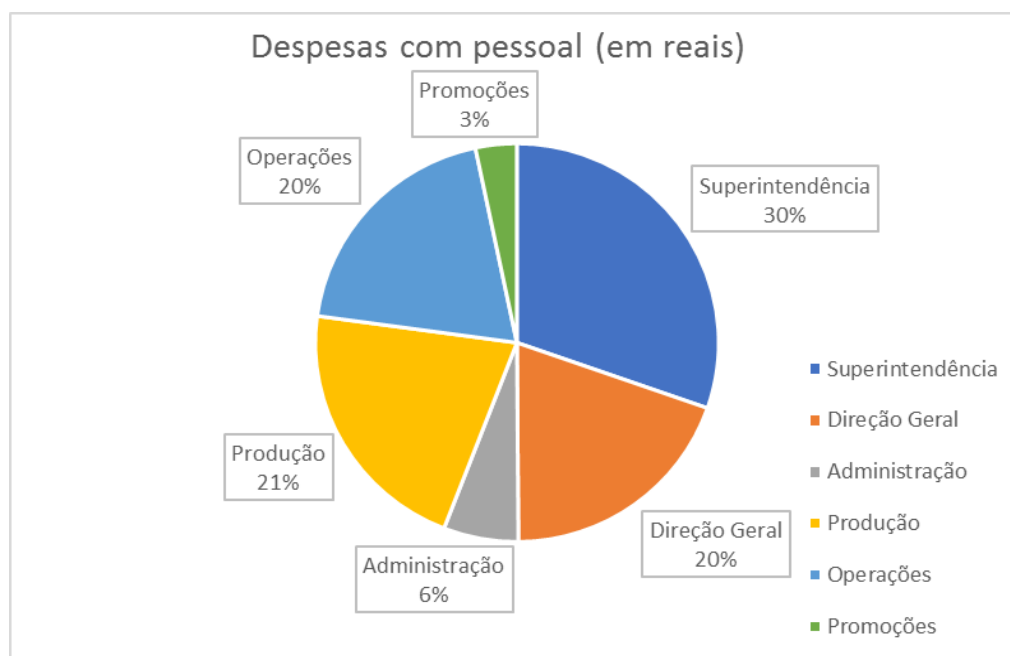
¹⁸⁴ *Magazines des programmes*, 11 de fevereiro de 1995. p.35

¹⁸⁵ Fundação Roberto Marinho, “*Canal de Educação*”, 1996, pp.79-82.

Em termos percentuais a distribuição desses valores entre cada uma das áreas se dava da seguinte forma: na superintendência encontram-se as maiores despesas, da ordem de R\$ 1.218.733,00, o equivalente a 30% do total; em seguida, o setor de Produção, com 21% e o montante de R\$ 854.180,00; seguidos pelos setores de Direção Geral e Operações, com 20% cada e as cifras de R\$ 786.085,00 e R\$ 785.179,00, respectivamente; à área de administração estaria reservada 6% do valor, um total de R\$ 241.357,00. E, por fim, o setor de Promoções, com 3% da verba destinada ao pessoal, um total de R\$ 133.178,00 (figura 17).

Esses números revelam o prestígio dado aos cargos da área de Superintendência, o nível hierárquico mais alto da emissora, com destaque para os cargos de superintendente do canal de educação, assessor geral, gerente de mobilização comunitária, assistentes de mobilização comunitária, gerente de *marketing*, assistente de *marketing*, gerente de conteúdo, pesquisa e avaliação, assistentes de conteúdo, pesquisa e avaliação.

Figura 17 – Porcentagem dos valores gastos com despesas de pessoal



Fonte: Confeccionado pelo autor com dados do relatório *Canal de Educação*, 1996, pp.79-82.

De acordo com o *business plan*, os oito principais cargos da emissora, em termos salariais, eram os de superintendente, com salário base de R\$ 9.000,00 – o

equivalente a 80 salários mínimos¹⁸⁶, seguido pelo de diretor do canal, com proventos da ordem de R\$ 7.781,00. O cargo com o terceiro maior salário era o de assessor geral, percebendo os valores de R\$ 7.500,00. E fechando o rol, cinco gerências: de mobilização comunitária; de *marketing*; de pesquisa, conteúdo e avaliação; de desenvolvimento de projetos; de produção, cada cargo recebendo o valor de R\$ 4.500,00 mensais.

No setor de Produção, destaca-se a fatia reservada aos nove apresentadores, que apesar do salário base de R\$ 1.191,00 não estar entre os maiores da emissora, os valores somados e acrescidos dos encargos trabalhistas chegavam próximos aos 280 mil anuais, o que ultrapassava os valores de outros setores inteiros, como o de Administração e Promoções.

O Canal Futura possuía ainda um Conselho Consultivo formado “por representantes dos parceiros e/ou por especialistas em educação por eles indicados” e que estaria incumbido de encaminhar as “demandas da sociedade”, propor e debater as “diretrizes do canal”, além de “participar da avaliação dos resultados de todo o projeto” (quadro 3).¹⁸⁷

Quadro 3 – Membros do Conselho Consultivo do Canal Futura

Representante	Empresa
Alberto Pecegueiro	Globosat
Aristides França	CNT
Claro Gilberto	RBS
Claudia Scheiner	Compaq
Delmo Niccoli	Grupo Votorantim
Hugo Barreto	Fiesp
João Carrielo de Moraes Filho	Fundação Bradesco
Joaquim Falcão	Fundação Roberto Marinho
José Roberto Marinho	Fundação Roberto Marinho
Katia de Freitas Benchimol	Sadia/Concórdia
Luis Lara Resende	Rede Globo
Luiz Chor	Firjan
Maria Alice Setúbal	Banco Itaú
Moisés Aron Pluciennik	NET
Ney Figueiredo	CNI
Neylar Vilar Lins	Fundação Odebrecht
Pio Guerra Jr.	Sebrae
Viviane Senna	Instituto Ayrton Senna
William Barry	Turner Broadcasting System

Fonte: Adaptado pelo autor a partir de dados da *Revista Futura*.

¹⁸⁶ Em maio de 1996, o salário mínimo brasileiro era de R\$ 112,00.

¹⁸⁷ FRM; GLOBOSAT. Canal de Educação, 1996, p.23

Às vésperas da inauguração do Canal Futura, o jornalista Gabriel Priolli analisava, em artigo publicado na *Gazeta Mercantil*, o quadro das emissoras educativas no Brasil:

[...] Agora, entretanto, o desafio da globalização escancara a realidade indiscutível: só será competitivo, no mundo dos mercados integrados, o país que tiver mão-de-obra qualificada – vale dizer, um povo educado, culto, informado. [...] Governo, empresas, instituições públicas, todos os segmentos alardeiam preocupação com o problema e propõem iniciativas para resolvê-lo.

Apesar do diagnóstico da crise educacional e do mundo do trabalho semelhante a de muitos parceiros do Canal Futura, a crítica do jornalista se distingue no momento em que exige que a função social das emissoras comerciais da televisão seja cumprida:

[...] O que estão fazendo as emissoras comerciais? [...] A Rede Globo argumentará que lançou há poucos meses o canal Futura, através da Fundação Roberto Marinho, em associação com 13 grandes grupos empresariais. Dirá que a sua preocupação com a educação é tanta que opera um canal exclusivamente voltado para o tema – o que é verdade. Mas há que considerar que o Futura, bem como a TV Senac do comércio, ou os canais universitários que estão surgindo país afora, ou ainda as emissoras privadas de programação cultural, tipo GNT, Discovery ou Bravo Brasil, só estão disponíveis no sistema de TV paga, fora do alcance da maioria da população – a parcela mais carente de formação e informação. [...] Nos canais abertos, das redes nacionais as estações isoladas praticamente não há conteúdos culturais ou didáticos, a não ser pelo “Telecurso 2000” da Globo e a programação da Cultura e da TV Educativa do Rio de Janeiro. [...] Não há que se propor a utopia de programas educativos no horário nobre, até porque a audiência certamente os rejeitaria [...] Mas na programação diurna, onde pululam programas de entretenimento modorrentos e pouco lucrativos, é pedir demais que seja usada também para a educação? Não seria possível destinar, aqui e ali, em poucos horários, espaços para programas que ajudem o telespectador a se ilustrar? Não haveria na iniciativa privada cada vez mais consciente de sua responsabilidade na questão educacional, anunciantes dispostos a financiar projetos educativos? Não seria também este gênero uma fonte de prestígio institucional, tanto para a emissoras quanto para seus clientes? É certo que o público quer as Angélicas [...] Mas se lhes forem oferecidos também programas educativos, embalados em celofane atraente como o que reveste as atrações do Futura, por exemplo, não haverá telespectadores também para eles? Não será, enfim, viável exercer o gênero teleducativo também na televisão comercial privada?¹⁸⁸

¹⁸⁸ *Gazeta Mercantil*, « Antenas educativas », São Paulo, 14 de setembro de 1997.

Em seu artigo, Gabriel Priolli reconhece o surgimento de projetos pontuais no campo da televisão educativa, mas questiona de que forma tais projetos cumpririam seus objetivos tendo em vista o fato de estarem ainda restritos aos canais por assinatura. O jornalista cobra dos agentes da iniciativa privada uma postura mais ativa para que a programação educativa faça parte da televisão comercial.

A partir de suas inaugurações, *La Cinquième* e Canal Futura se viram obrigadas a colocar no ar uma programação que respondesse às expectativas criadas durante os respectivos períodos de implantação (quadro 4).

Quadro 4 – Grade de programação inicial da *La Cinquième* e do Canal Futura

La Cinquième (janeiro de 1995)	Horário	Futura (novembro de 1997)
<i>Eurojournal</i>	06:30	-
<i>Jeunesse</i>	07:00	<i>Jornal Futura</i>
	07:15	<i>Nota 10</i>
<i>Ça déménage</i>	07:30	<i>Sala de Notícias</i>
	07:45	<i>Viva Legal</i>
<i>Emploi</i>	08:00	<i>Alô, Vídeo Escola</i>
	08:15	08:20 – Séries
<i>Eurojournal</i>	08:30	
	08:45	08:40 – Via TV
<i>Au fil des jours</i> 09:05 - <i>Inventer demain</i> 09:10 - <i>Allô la Terre</i>	09:00	<i>Intensivo Telecurso 2000 - 2º Grau</i>
09:25 – <i>Cogito</i>	09:15	<i>Intensivo Telecurso 2000 - 2º Grau</i>
09:40 - <i>Cinq sur Cinq</i>	09:30	<i>Futura Profissões</i>
09:55 - <i>La preuve par cinq</i>	09:45	<i>Aventuras no Arquivo C</i>
	10:00	
	10:15	<i>Teca na TV</i>
10:35 - <i>Dédalus</i>	10:30	
10:55 - <i>Cours d'allemand</i>	10:45	
11:10 - <i>Au fil des jours</i>	11:00	<i>Estação Rural</i>
<i>Les corps humain</i>	11:15	
	11:30	<i>Viva Legal</i>
<i>Qui vive</i>	11:45	<i>Sala de Notícias</i>
	12:00	<i>Jornal Futura</i>
<i>Jeunesse</i>	12:15	<i>Telecurso 2000 - Profissionalizante</i>
<i>Atout savoir</i>	12:30	<i>Telecurso 2000 – 2º Grau</i>
	12:45	<i>Telecurso 2000 – 1º Grau</i>
<i>Ça déménage</i>	13:00	<i>Via TV</i>
	13:15	13:20 – Séries
<i>Défi</i>	13:30	
	13:45	13:40 - <i>Alô, Vídeo Escola</i>
	14:00	
<i>A tous vent</i>	14:15	<i>Teca na TV</i>
	14:30	
	14:45	
	15:00	<i>Futura Ecologia</i>
<i>Emploi</i>	15:15	
<i>Qui vive</i>	15:30	<i>Nota 10</i>
<i>Au fil de jours</i> <i>Inventer demain</i>	15:45	<i>Telecurso 2000 – Inglês 1º Grau</i>
<i>Allô la Terre</i>	16:00	<i>Estação Rural</i>
<i>Cogito</i>	16:15	
<i>Cinq sur cinq</i>	16:30	<i>Aventuras no Arquivo C</i>

<i>Langues</i>	16:45	<i>Viva Legal</i>
	17:00	<i>Futura Profissões</i>
	17:15	<i>Sala de Notícias</i>
<i>Les enfants de John</i>	17:30	<i>Nota 10</i>
	17:45	<i>Jornal Futura</i>
<i>Documentaire</i>	18:00	<i>Via TV</i>
	18:15	
<i>Le monde des animaux</i>	18:30	<i>Intensivo Telecurso 2000 – 2º Grau</i>
	18:45	<i>Intensivo Telecurso 2000 – 1º Grau</i>
<i>Encerramento</i>	19:00	<i>Estação Rural</i>

Fonte: TéléObs (Nouvel Observateur nº1574); Revista Futura, ano I, nº 1 nov./dez. 1997, p.16.

Uma mirada comparativa das grades iniciais da *La Cinquième* e do Canal Futura revela aspectos importantes que estavam na gênese dos projetos. A emissora francesa na segunda semana de janeiro de 1995 apresenta três grandes blocos invariáveis. O primeiro deles vai do início das transmissões, às 6h30 até as 9h10. De segunda a sexta-feira, os programas exibidos nesse horário eram: *Eurojournal* (duas exibições), *Jeunesse*, *Ça déméninge*, *Emploi* e *Allô la Terre*. O horário das 9h25 era reservado para os seguintes programas: *Cogito*, *Eco et Compagnie*, *L'œuf de Colomb*, *Ma souris bien-aimée* e *Les grandes invention*. Todos estes programas tinham uma reprise no horário das 16h15, a exceção do *L'œuf de Colomb*, veiculado na quarta-feira, dia de folga das crianças das escolas. 9h40 e 9h55 (de segunda a sexta) eram os horários de *Cinq sur cinq* e *Le preuve par cinq*, respectivamente, e o primeiro ganhava reprises às segundas e terças às 16h30. O horário das 10h35 estava reservado para *Dédalus*, *Badaboks*, *Ça bouge*, *Crobs*, *Oeil de Lynx*. De segunda a sexta-feira, 10h55 era a hora do *Cours d'allemand*, a exceção da quarta-feira, dia de *L'amour en questions*. O horário das 11h15 era para um programa diferente a cada dia da semana: *Le corps humain*, *Jeux d'encre*, *Va savoir*, *Des plantes et des hommes*, *Embarquement porte nº1*.

O horário do almoço também possuía uma grade fixa. Iniciada às 11h45 com *Qui vive*, tinha na sequência a partir do meio-dia: *Jeunesse*, *Atout savoir*, *Ça déméninge* e *Défi* (exceto às quartas-feiras), cada um com meia-hora de duração. O horário das 15h00 era reservado a uma reprise do programa *Emploi*. Todos os dias, às 17h30, era possível acompanhar *Les Enfants de John*. Às 18h00, horário reservado para documentários, na semana em questão temos: *Le choléra*, *Les tunnels*, *Les ponts*, *Les grand châteaux d'Europe*, *Les corps humain*. E fechando a programação, *Le monde des animaux*, exibido todos os dias às 18h30.

A grade básica do Canal Futura distribuía de forma regular os mesmos programas ao longo de toda a semana. Em seu início, de segunda a sexta-feira, a

emissora começava as transmissões do dia com o *Jornal Futura*, às 7 horas da manhã, e encerrava às 23 horas, após o *Sala de Notícias*. Em poucos meses, o Canal Futura conseguiu implantar uma grade de programação de 24 horas. Entre o período de inauguração da emissora (setembro de 1997) e o início do ano de 1998, o canal saltou das 16 horas inaugurais para as 24 horas de programação diária. A ampliação possibilitou que a programação adentrasse ao longo da madrugada, o que só foi possível graças à multiplicação das reprises.

No Canal Futura, o primeiro bloco de programas durava das 7h00 às 11h30, com 13 atrações diferentes. A partir desse horário os programas começavam a se repetir na grade, alterando apenas a ordem de exibição. Considerando o horário das 19h00 como teto, a título de análise, os programas jornalísticos, como o *Jornal Futura*, *Nota 10* e *Sala de Notícias* eram exibidos em bloco, três vezes ao dia. No horário diurno em questão a *La Cinqüième* exibia um total de 32 atrações, sendo 19 diferentes entre si enquanto o Canal Futura exibia 37, dessas, apenas 12 e mais as versões do *Telecurso* eram veiculadas pela primeira vez no dia. Tais números revelam que as duas emissoras desde seu início apostavam nas multidifusões e retransmissões.

Se os períodos que antecederam as inaugurações da *La Cinqüième* e do Canal Futura foram marcados por uma ampla cobertura jornalística, com a publicação de inúmeras matérias sobre informações gerais e específicas do projeto, declarações públicas de seus dirigentes e um sentimento consensual de necessidade da existência das emissoras. A partir do momento que as emissoras entraram no ar as notícias saíram do campo da expectativa, para o campo da avaliação da experiência, o que em alguns casos alterou a abordagem, não somente com críticas mais veementes, mas também com cobranças diretas sobre o que havia sido prometido anteriormente em matéria de inovação na programação.

No final do mês de abril de 1995, em artigo na revista *CB News*, o jornalista Philippe Latil fez algumas ponderações sobre os primeiros números de audiência da *La Cinqüième*:

A acreditar nos números do Deus Audimat a *La Cinqüième* não atinge 150 mil franceses, ou seja 4% dos telespectadores. [...] Com apenas 4% dos telespectadores não será do dia para a noite que o nível de instrução dos franceses, cuja média se situa entre o *certificat d'études* e o BEPC, crescerá. E se a princípio, diferentemente do ARTE, a *La Cinqüième* escapou da polêmica de

seus custos em relação ao seu impacto, isto ocorreu sem dúvida porque a necessidade de educação é hoje muito mais incontestável que a necessidade de cultura. Acreditamos que a emissora de Jean-Marie Cavada propõe bons programas, úteis, mas à indiferença quase geral.¹⁸⁹

O diagnóstico do jornalista é bastante contundente, primeiro por afirmar a importância da medição de audiência para as emissoras de televisão, utilizando o termo “Deus Audimat”, o que equivaleria a dizer o “Deus IBOPE”, no Brasil. Mas para além disso, Latil reconhece que a emissora de Jean-Marie Cavada terá dificuldades para alterar efetivamente o quadro educacional, e chega a falar em “indiferença quase geral” a programação da emissora. Porém, tal quadro ganha linhas menos dramáticas quando o jornalista revela alguns dos resultados de pesquisa realizada pelo Instituto IPSOS realizado com 1000 franceses e que dão outros contornos aos números contabilizados pelo Audimat:

[...] após 120 dias da inauguração da *La Cinquième* 86% dizem conhecer a emissora e 61% afirmaram que ela cumpre a sua missão [...] 48% dos telespectadores que descobriram a *La Cinquième* dizem que a assistem pelo menos uma vez por semana e 15% o fazem diariamente. Assim ao menos 6 milhões e 500 mil franceses acompanhariam ao menos um programa da emissora por semana.¹⁹⁰

Mas a pesquisa também revelou alguns dos obstáculos que a *La Cinquième* teria de enfrentar para se consolidar na paisagem audiovisual francesa, já que um a cada dois franceses respondeu que assistir a *La Cinquième* “demanda uma implicação e uma atenção muito maior do que seguir outro canal”.¹⁹¹

A matéria ainda elogia a *La Cinquième* pelo fato dela não ter se tornado um “gueto educativo”, isso com base em números que revelaram que “os aposentados representam 24% de seu público, seguido pelos estudantes com 15% e os trabalhadores com 13%”. Todos esses resultados fizeram Philippe Latil afirmar que “este é provavelmente o mais belo resultado do canal até hoje, a *La Cinquième* é popular”.¹⁹²

Ao longo do primeiro semestre de 1995, Jean-Marie Cavada foi a público pedir paciência e compreensão dos jornalistas diante da divulgação dos primeiros resultados apresentados pela *La Cinquième*. De acordo com Cavada, a audiência da

¹⁸⁹ CB News, « Le vrais-faux bide de La 5^e », Paris, 27 de abril de 1995.

¹⁹⁰ CB News, “Le vrais-faux bide de La 5^e », Paris, 27 de abril de 1995.

¹⁹¹ CB News, “Le vrais-faux bide de La 5^e », Paris, 27 de abril de 1995.

¹⁹² CB News, “Le vrais-faux bide de La 5^e », Paris, 27 de abril de 1995.

emissora não poderia ser aferida a partir da lógica de medição dos canais generalistas, mas sim com base na criação de ferramentas específicas, capazes de avaliar os resultados da nova emissora, não apenas quantitativamente, mas sobretudo qualitativamente, como foi o caso da sondagem realizada pela Ipsos. E buscando se resguardar de futuras cobranças, Cavada ainda argumentou que seria necessário, ao menos, cinco anos para que se pudesse ter um balanço real do impacto da criação da *La Cinquième*:

La Cinquième é um canal de oferta radicalmente diferente. Quando eu peço para os telespectadores defini-la, eles descrevem como a emissora onde nós aprendemos qualquer coisa. [...] Eu peço três anos para ser visto, para entrar nos hábitos de consumo. É cinco anos para ser comparada. Todos os canais inaugurados recentemente precisaram de cinco anos para se estabilizar.¹⁹³

Porém, o tempo geralmente não é um bom aliado daqueles que estão à frente do poder e, a história do audiovisual francês estava repleta de exemplos de mudanças drásticas e inesperadas. E essa declaração de Cavada à imprensa francesa já revelava um primeiro embate, e as dificuldades que a nova emissora educativa teria de enfrentar. Enquanto esteve em seu período de gestação, as palavras eram de esperança e otimismo e um apoio quase irrestrito de setores da imprensa e da opinião pública, com o seu nascimento e as primeiras imagens veiculadas, a perspectiva se redefiniu rapidamente. Isso porque a emissora deixou de ser uma promessa para se inserir verdadeiramente no campo televisivo.

Apesar das palavras de otimismo de Jean-Marie Cavada, nos bastidores a *La Cinquième* agia para atingir um público maior. Em março de 1995, ou seja, com apenas três meses de funcionamento os executivos da emissora promoveram a primeira alteração na grade de programação, vale ressaltar, que tradicionalmente mudanças na programação ocorrem no mês de setembro, período de volta às aulas. O fato dos dirigentes não poderem esperar por mais alguns meses para essa mudança revela a preocupação interna com os rumos iniciais da emissora. A principal modificação ocorreu no âmbito dos programas voltados ao emprego, a nova grade, apresentada no dia 22 de março, passaria a privilegiar o trabalho de forma ampla. De novidade, *Profils 2000*, exibido todos os sábados às 11h30, programa dedicado a examinar setores da economia e suas realidades profissionais.

¹⁹³ *Stratégies*, « La Cinquième est une PME culturelle », Paris, 26 de maio de 1995.

As outras atrações voltadas para o mundo do trabalho tiveram apenas alterações no horário.¹⁹⁴

Com a remodelagem da grade de programação e a criação de uma ferramenta para auferir a satisfação do telespectador, a revista *Stratégies* passou a considerar que a emissora entrava numa nova fase. Em entrevista concedida ao periódico, Jean-Marie Cavada respondeu a perguntas sobre essa experiência inicial. E logo de início ressaltou o tempo curto para realizar todas as atividades necessárias:

Em seis meses, nós criamos as estruturas, o financiamento e a organização. Ao mesmo tempo, nós tivemos de construir uma linha de programas, recrutar as equipes, encomendar e conceber a programação que iniciou no dia 13 de dezembro um frisson geral.¹⁹⁵

Cavada destacou também que tudo isso foi realizado com poucos recursos, pois “o orçamento da *La Cinquième*” representava “pouco menos de 10% do orçamento da TF1 e da *France Télévision*, e a metade da *La Sept France*”, e de acordo com o presidente foram produzidas “duas vezes mais horas de programas”.¹⁹⁶

Apesar de todas as avaliações positivas feitas por Jean-Marie Cavada as críticas a *La Cinquième* tornavam-se mais volumosas com o passar do tempo. Uma das mais vorazes partiu de Jean-François Minne, à época PDG da agência de publicidade TBWA, e que foi uma das primeiras pessoas a militar por um canal educativo na França, ainda em 1986. No ano de 1992, quando o CSA abriu a chamada pública para ocupar a frequência vacante da extinta *La Cinq*, Minne apresentou o projeto da *TV 1992*. Em entrevista ao *Le Quotidien de Paris*, o empresário afirma que a ideia do canal educativo criado por Édouard Balladur é boa, mas que gostaria apenas que a iniciativa privada pudesse participar como acionária. Porém, no que diz respeito a programação Minne é taxativo: “Este canal poderia ser um fantástico mediador entre o cidadão e os dirigentes. Mas infelizmente, não é passando velhos episódios de *RinTinTin* e longa metragens com apresentação de Alain Delon que conseguiremos fazer qualquer coisa de útil”. Questionado se essa

¹⁹⁴ *Le Monde*, « Mettre en scène le monde du travail », Paris, 03 de abril de 1995.

¹⁹⁵ *Stratégies*, « La Cinquième est une PME culturelle », Paris, 26 de maio de 1995.

¹⁹⁶ *Stratégies*, « La Cinquième est une PME culturelle », Paris, 26 de maio de 1995.

não era uma caricatura grande da emissora, já que existem “programas com temáticas variadas”.¹⁹⁷ Minne responde:

Sim, mas há 50% dos programas – estes que você cita – que estão em uma boa linha editorial e 50% que não o são. 50% é a mesma coisa que 400 milhões de francos. É necessário que o canal se interesse mais amplamente pelos problemas da França de hoje: orientação, cursos de formação profissional, inserção, a formação, a criação de empresas. Quando o primeiro ministro Alain Juppé chegou ao Matignon, ele explicou que sua prioridade era o combate contra o desemprego [...] De fato, uma grande parte do que a *La Cinquième* faz hoje poderia ser feito pela *France 3*.¹⁹⁸

Minne encerra questionando abertamente Jean-Marie Cavada:

No momento que o nosso país é confrontado de importantes dificuldades, este canal deveria ser muito mais útil. [...] O discurso de Jean-Marie Cavada é perfeito, mas a realidade de seu canal é outra. [...] O problema é que os tomadores de decisão escutam os discursos, mas não assistem o canal. A vocação da *La Cinquième* era a de ajudar os telespectadores cidadãos a melhor compreender o ambiente para melhor se adaptar passando pela constatação que a verdadeira igualdade de oportunidades passa pela igualdade de acesso ao saber. [...] É preciso uma linha editorial muito mais específica, que tenha critérios de análise da cada programa e que o canal transmita após as 19 horas.¹⁹⁹

No Brasil, no início do mês de setembro de 1997, o informativo do Banco Itaú publicou uma matéria sobre a inauguração do Canal Futura:

Criado com o objetivo de fornecer subsídios à área educacional e levar informação e conhecimento aos quatro cantos do país, o Futura visa atingir escolas, igrejas, creches, associações comunitárias, fábricas e entidades afins, proporcionando a esse público o que há de mais moderno e atualizado em nível de conhecimento.²⁰⁰

As informações eram semelhantes às que seriam publicadas no decorrer daquele mês nos mais diversos veículos de comunicação. Destaque para a promessa de atingir os “quatro cantos do país” com a programação do canal.

¹⁹⁷ *Le Quotidien de Paris*, “Jean-François Minne : « La majorité des émissions de La Cinquième ne répondent pas à sa vocation initiale », Paris, 04 de janeiro de 1996.

¹⁹⁸ *Le Quotidien de Paris*, “Jean-François Minne : « La majorité des émissions de La Cinquième ne répondent pas à sa vocation initiale », Paris, 04 de janeiro de 1996.

¹⁹⁹ *Le Quotidien de Paris*, “Jean-François Minne : « La majorité des émissions de La Cinquième ne répondent pas à sa vocation initiale », Paris, 04 de janeiro de 1996.

²⁰⁰ *Itaú Semanal*. “Canal Futura vai ao ar em 22 de setembro”. São Paulo, setembro de 1997.

Quase um mês após a inauguração do Canal Futura, uma matéria do jornal *O Dia* destaca o papel das atrizes Silvia Buarque, Giulia Gam e Letícia Sabatella, chamadas de “as madrinhas do futuro”. Ao comentar a programação da emissora os destaques vão para os programas *Alô, Vídeo Escola, Tá Ligado!?, Cine Conhecimento, Nota 10* e *Via TV*. De acordo com a jornalista Cristina Branco:

A classe artística está dando uma lição de educação. [...] A programação da TV Futura é voltada para alunos e educadores, mas também agrada a quem quer se divertir. [...] E a TV Futura tem uma grande vantagem sobre as outras emissoras educativas, como a TVE e a TV Cultura: os intervalos dos programas não duram mais de um minuto, já que o canal – sem fins lucrativos – não tem anunciantes.²⁰¹

A jornalista Valência Xavier do jornal *Gazeta do Povo*, de Curitiba, também trouxe uma primeira avaliação sobre a programação do Canal Futura:

O canal Futura da Net está saindo melhor que a encomenda. Bons programas educativos feitos por produtoras independentes buscando sempre um público jovem, sem menosprezá-lo. Os apresentadores também são jovens, ou crianças e sempre se saem bem, um bom exemplo é a menininha da *Teca na TV*. Mas o que está mesmo agradando são os filmes, e o uso que a Futura faz deles. Em *Teca na TV* são exibidos desenhos animados modernos canadenses, americanos e europeus do melhor nível. Nada de correria e violência. Do mesmo padrão são os filmes exibidos na *Faixa Comentada* que, nesta semana, se alternam com a excelente minissérie *O Memorial de Maria Moura*; sempre com pessoas jovens fazendo comentários inteligentes sobre o que está sendo visto, falando pouco, mas dizendo muito, sem falar besteira. Hoje é Giulia Gam quem apresenta o filme das 22h. O ruim é que a Futura nunca anuncia o filme a ser exibido, fica a surpresa que sempre é agradável, tenha a certeza. No sábado passado foi *As Sandálias do Pescador*, de Michael Anderson, com Anthony Quinn. Não deixe de ver o de hoje, é diversão sadia na boa companhia de Giulia Gam.²⁰²

O destaque ficou por conta dos filmes veiculados no *Cine Conhecimento*, ainda que venha seguido de uma advertência em relação a não divulgação da programação com antecedência, situação que demonstra certo imprevisto na montagem da grade de programação. Destaca-se também a noção de diversão, que aparece nas duas críticas. No caso em tela, descrito ainda como “diversão sadia”.

²⁰¹ *O Dia*, « As madrinhas do Futuro », Rio de Janeiro, 14 de outubro de 1997.

²⁰² *Gazeta do Povo*, “O cinema no Futura”, Curitiba, 25 de outubro de 1997.

Passados os primeiros meses após a inauguração do Canal Futura, o discurso de seus dirigentes continuava o mesmo, em plena articulação com a realidade política e social brasileira. Em março de 1998, ano de eleições presidenciais no Brasil, o terceiro número da *Revista Futura* destacava em seu editorial:

Vivemos um momento novo no Brasil. É um tempo de muitas transformações. A mais importante delas talvez resida na crescente importância que se dá à Educação. Uma de muitas provas disso é a criação do Futura, o Canal do Conhecimento, que revela o quanto o empresariado brasileiro está consciente de sua responsabilidade social e da importância de investir nessa área.²⁰³

Ainda que a mensagem assinada pelos editores se encerre com o foco específico na experiência do Futura, e na consciência do “empresariado brasileiro” diante de sua “responsabilidade social”, o início do trecho enfatiza o tempo presente vivido pelo país e dialoga com as ideias apresentadas por João Roberto Marinho, quando do lançamento do canal, na *TV Link 97*. Com destaque para a noção de que se vivia um tempo novo no Brasil.

Em maio de 1998, a *Revista Futura* traz o editorial intitulado *Um novo tempo*. O título reforça ainda mais imagem veiculada constantemente pela emissora de que o país vem passando por mudanças. Ao longo de suas linhas outras ideias-força ganham destaque:

Abrir perspectivas, propor novos caminhos, apresentar soluções inovadoras para antigos problemas. Esses são objetivos que orientam o trabalho do Futura. Toda vez que se percebe que algum deles foi minimamente atingido, a equipe vê justificados todos os esforços para levar educação a comunidades do Brasil. É sinal de que a programação do Canal foi útil e que o trabalho de mobilização foi adequado. É justamente em busca desses objetivos que o Futura está chegando a creches, bibliotecas, hospitais, associações comunitárias. No total, já são mais de mil pontos de audiência dirigida.²⁰⁴

Ao dizer que a programação do canal apresentou soluções e dessa forma foi útil aos seus telespectadores, o editorial revela a concepção de educação do canal. A educação como uma ferramenta de transformação, no sentido pragmático, prático.

²⁰³ *Revista Futura*, Editorial. mar./abr. 1998

²⁰⁴ *Revista Futura*, “Editorial: um novo tempo”. Mai./jun. 1998.

Destaca ainda o esforço para chegar a diversos pontos do Brasil e, informa que o Futura já atingiu “mais de mil pontos de audiência dirigida”.

Isso ganha dimensões importantes, pois vale lembrar que mesmo sendo uma experiência da iniciativa privada, em momento algum, o Canal Futura se afastou do poder público. Neste mesmo mês de março de 1998, executivos e parceiros da emissora foram recebidos no Palácio do Planalto pelo presidente Fernando Henrique Cardoso. A comitiva contou com a presença dos empresários Olavo Setúbal, Antônio Ermírio de Moraes, Emílio Odebrecht, Luís Fernando Furlan, Carlos Eduardo Moreira Ferreira e Eduardo Eugênio Gouvêa Vieira.²⁰⁵

Os empresários apresentaram um vídeo sobre a proposta da emissora e “deixaram a programação do Futura à disposição do Governo para projetos educativos”. Em parte de seu discurso, Roberto Marinho, que estava acompanhado por sua esposa Lily de Carvalho Marinho e pelo vice-presidente das Organizações Globo, afirmou que: “As previsões que afirmavam a incompatibilidade entre a televisão e a educação estavam mal feitas. Os avanços tecnológicos deram à televisão muitos outros alcances. Um deles é a faculdade de ser um dos maiores, mais rápidos e eficientes sistemas educacionais do mundo”. Houve ainda um discurso de Olavo Setúbal em nome dos empresários. E por fim, Viviane Senna presidenta do Instituto Ayrton Senna, entregou uma placa a Fernando Henrique.²⁰⁶

Quatro meses depois, em julho de 1998, Roberto Marinho recebeu uma carta do então governador do Distrito Federal, Cristovam Buarque com diversos elogios ao Canal Futura e “seu papel na disseminação do ensino à distância”:

A democracia e a estabilidade monetária trouxeram uma agenda totalmente nova para a educação no Brasil [...] Projetos inovadores, como os que desenvolvemos no Distrito Federal – remunerando as famílias carentes para que possam manter os seus filhos na escola (bolsa-Escola) e distribuindo a Cesta Pré-escola (alimentos e brinquedos pedagógicos para crianças de até 6 anos) – mostram que há espaço para a ousadia [...] Acredito que a TV Futura tem um importante papel a desempenhar nesse cenário, pois conseguiu o prodígio de reunir a qualidade a que nos acostumamos com a programação da Globo às mais modernas técnicas de educação [...] Essa associação produziu uma das melhores e mais produtivas experiências em educação à distância jamais desenvolvida no Brasil.

²⁰⁵ *Jornal do Brasil*, “PIB alto no Planalto”, Rio de Janeiro, 16 de março de 1998.

²⁰⁶ *O Globo*, TV Futura à disposição do Governo, Rio de Janeiro, 19 de março de 1998.

Espero que ela seja estendida a um número cada vez maior de pessoas.²⁰⁷

Cristovam Buarque era muito próximo da experiência do Canal Futura, vale lembrar que o Distrito Federal fez um dos primeiros convênios com a emissora para sua difusão em escolas. E a época o então governador chegou a declarar que gostaria de trabalhar na emissora, tamanha sua admiração pelo canal. O desejo do ex-reitor da Universidade de Brasília se realizou em 1999, quando passou a desempenhar a “sua primeira experiência regular como roteirista e apresentador” no programa *Mania de Educação*, que tinha por objetivo abordar experiências exitosas em educação.²⁰⁸

O primeiro aniversário do Canal Futura, não passaria despercebido pela revista oficial. Em seu quinto número, era a primeira vez que o editorial tinha assinatura. Com o título “Um ano na aventura do conhecimento”, a superintendente do canal Margarida Ramos celebra com bastante otimismo os primeiros passos do canal:

O primeiro aniversário do Futura tem sabor de maioria. Desde a primeira ideia de se criar um canal educativo até a transmissão das primeiras imagens, foram feitas muitas pesquisas para ouvir todos os setores da sociedade. Ao nascer, o Futura já estava comprometido com o Brasil. Com todos os brasileiros que querem saber mais e ampliar seus horizontes. Por isso, a data de 22 de setembro tem gosto de vitória. O Futura completa um ano porque 15 parceiros acreditam na missão educativa do canal. O Futura completa um ano porque tem uma equipe que sua a camisa, fecha os olhos para as dificuldades e, assim, consegue transformar em realidade a chegada da programação a todos os cantos do país. E claro, o Futura completa um ano graças ao seu público. Em escolas, fábricas, associações de moradores, penitenciárias, hospitais e em casas de Norte a Sul, um sonho iguala os telespectadores do Canal: saber mais. Este é o tipo de sonho capaz de mudar o mundo. Parabéns a todos.²⁰⁹

A superintendente agradece aos três segmentos responsáveis pela existência do canal. Em primeiro lugar aos parceiros que “acreditam na missão educativa do canal”, a equipe da emissora “que sua a camisa” e “fecha os olhos para as dificuldades” e por último ao público. Novamente, o destaque vai para a audiência dirigida da emissora situada em “escolas, fábricas, associações de moradores,

²⁰⁷ *O Globo*, Cristovam elogia o papel do Futura no ensino à distância, Rio de Janeiro, 14 de julho de 1998.

²⁰⁸ *Revista Futura*, “Cristovam Buarque” n.8, 1999. p.22-23.

²⁰⁹ *Revista Futura*. *Um ano na aventura do conhecimento*. set./out. 1998

penitenciárias, hospitais”. Mas apesar do tom otimista de Margarida Ramos, o Canal Futura ainda teria de travar embates relevantes para se consolidar como uma alternativa educativa no campo televisivo brasileiro.

3.2 Embates cotidianos do campo televisivo

Em abril de 1995, o jornal *Les Échos* publicou uma matéria sobre as experiências de televisão educativa ao redor do mundo. A reportagem teve por base pesquisa encomendada pela Ministério da Educação Nacional e coordenada por Joël Poix. O levantamento indicou que em aproximadamente 50 países existiam por volta de 80 emissoras “cuja a missão menciona explicitamente a educação, a formação ou a difusão do saber e do conhecimento”. Para além das experiências clássicas da PBS e da BBC, destaca-se o desempenho do *Discovery Channel*, “canal de documentários, que destaca o sensacional, a aventura, os dados uteis do cotidiano, mas também o exotismo”, de acordo com a matéria os programas do *Discovery* “estão entre os mais úteis para os professores”.²¹⁰ Após apresentar outras experiências como a da canadense *TV Ontário* e a britânica *Channel 4*, a matéria termina afirmando que o “futuro dos canais educativos parece suficientemente brilhante”, e cita um dado interessante:

Durante um recente colóquio organizado em Orlando pela *Andersen Consulting*, Rupert Gavin, um dos diretores da BT (ex-British Telecom) afirmou sobre uma pesquisa que: as crianças mantêm 95% de sua atenção ao longo de uma hora diante de uma sistema de televisão educativa interativa, esse número cai para 65% durante uma hora de aula de um excelente professor e chega a apenas 45% com um professor ruim.²¹¹

Mas a condição internacional favorável e os prognósticos de futuro brilhante para a *La Cinquième* e para o Canal Futura foram confrontados com a realidade de intensos embates em seus respectivos campos televisivos. Cada uma das emissoras enfrentou sobressaltos distintos no transcorrer de sua trajetória inicial. No caso da *La Cinquième*, a preocupação que mais a perseguiu nos bastidores foi a proposta de

²¹⁰ *Les Échos*, « Les chaînes de l'éducation et du savoir : un foisonnement mondial », Paris, 04 de abril de 1995.

²¹¹ *Les Échos*, « Les chaînes de l'éducation et du savoir : un foisonnement mondial », Paris, 04 de abril de 1995.

fusão com o *ARTE*. Para o Canal Futura, o desafio era a consolidação do modelo proposto de emissora. Por isso, caberia ao canal cuidar da sua própria estrutura organizacional, caso contrário, o projeto anunciado com entusiasmo em 1997, poderia naufragar ainda com tão pouco tempo de viagem.

A relação entre a *La Cinqüième* e o *ARTE* foi conflituosa desde seu início. E não poderia ser diferente. As duas emissoras compartilhavam a mesma frequência, a *La Cinqüième* transmitindo no período diurno até as 19 horas e o *ARTE* no horário nobre até meia-noite. O compartilhamento do mesmo espaço eletromagnético não tardou para se tornar um dos principais motivos para a fusão das estruturas das duas emissoras.

Com a inauguração da *La Cinqüième*, assistiu-se rapidamente a um processo pelo qual a emissora passou do *status* de “solução para tirar a França da crise” para “mais uma das despesas” que o governo precisaria cortar. Nicolas Sarkozy, responsável pelo orçamento do governo de Édouard Balladur, e que desde 19 de julho de 1994, com a saída de Alain Carignon, ocupava interinamente a função de Ministro das Comunicações, já havia dado indícios da necessidade de diminuição das despesas com as emissoras públicas. Em outros momentos, Sarkozy havia defendido publicamente que a *La Cinqüième* não deveria ter sido criada como um canal aberto, mas sim, via satélite.

O projeto do canal educativo que, de início, conquistou os mais variados agentes políticos, viu com a ascensão do governo Chirac seu prestígio diminuir. Estava lançado um dos principais desafios da recém-nascida *La Cinqüième*, manter-se viva no formato em que ela havia sido concebida.

Tal situação abriu espaço para propostas de diminuição da estrutura da emissora. Jérôme Clément revelou posteriormente, em sua autobiografia, que a proposta de fusão entre *ARTE* e *La Cinqüième* partiu do ministro da Cultura Philippe Douste-Blazy durante o jantar de posse do presidente Jacques Chirac no Palácio do Eliseu. O ministro Douste-Blazy havia dito em uma roda de conversa na presença de Clément e do primeiro-Ministro Alain Juppé:

Existem dois canais de televisão operando na quinta frequência: *ARTE* e *La Cinqüième*, nós os fundimos e não haverá mais do que uma sociedade. Nós confiamos a responsabilidade a Jérôme Clément. Ele conseguirá, os alemães não poderão protestar. Ele é de esquerda, o que neutraliza a oposição. E ele é seu amigo. Nós faremos a economia de uma estrutura (CLÉMENT, 2011, p.239).

Jérôme Clément revelou que havia proposto a Édouard Balladur que assim fosse desde o início: “Em 1994, eu visitei Édouard Balladur, primeiro-Ministro, para lhe indicar que eu estava preparado para assumir o canal educativo que ele desejaria lançar na mesma frequência que o *ARTE*, nos horários vagos durante o dia” (CLÉMENT, 2011, p.240). Por isso, Clément demonstrou incredulidade em como fazer isso num momento em que a *La Cinquième* já existia de forma autônoma sob a presidência de Jean-Marie Cavada, o escolhido à época pelo Primeiro-Ministro. Apesar disso, a proposta de fusão passou a ser considerada como uma possibilidade real desde o início do novo governo e foi defendida até ser efetivamente colocada em prática – ao menos temporariamente.

Em fevereiro de 1997, mês de seu aniversário, Jean-Marie Cavada ganhou como “presente” a presidência da *Société National de Radio-Télévision Française d’Outre Mer* (RFO). Mas na verdade tratava-se de um “presente de grego”, pois sua escolha para RFO significava sua saída definitiva da *La Cinquième*. De acordo com a nomeação Cavada iria acumular a partir de 17 de fevereiro a presidência da RFO e da *La Cinquième*, situação temporária até a finalização do processo de fusão do canal educativo. Cavada que havia pedido um prazo de cinco anos para avaliarem a experiência da *La Cinquième* viu o seu prazo pessoal se esgotar abruptamente e não estaria mais na emissora para responder sobre a avaliação do período.

No dia 10 de abril de 1997, durante a reunião do conselho de administração da *La Cinquième*, Jean-Marie Cavada propôs, oficialmente, sua demissão. O ministro da Cultura Philippe Douste-Blazy tomou conhecimento de sua decisão e a aprovou. Era um acontecimento crucial para a efetividade dos planos do ministro de encaminhar a fusão das emissoras, o caminho estava livre para Jérôme Clément assumir a presidência comum da *La Cinquième* e do *ARTE*.²¹² A escolha do novo presidente era um sinal claro do engajamento do governo na disputa pela fusão entre *La Cinquième* e *ARTE*. De acordo com Clément (2011, p.251), a passagem de cargos não “foi das mais cordiais”. E mesmo reconhecendo que todo esse processo foi “muito violento”, Clément assumiu o posto para qual se preparava há tempos, e poderia “utilizar a televisão para oferecer aos alunos e estudantes novos meios de aprender, de compreender o mundo e seus segredos” (CLÉMENT, 2011, p.243).

²¹² *Libération*, « Jean-Marie Cavada. La 5^e et lui, c’est fini », Paris, 11 de abril de 1997.

Entre os funcionários da *La Cinquième* havia uma preocupação clara com a fusão entre as emissoras. Em assembleia, no mês de março de 1997, eles reafirmaram sua “determinação em preservar a identidade de seu canal”. Entre outras demandas, o grupo exigia garantias de manutenção dos empregos, da missão do canal e dos horários atuais de transmissão, além de uma gestão própria da *La Cinquième* e a “nomeação de um diretor-geral para cada linha editorial”.²¹³

Talvez seja exagero dizer que no período após a presidência de Jean-Marie Cavada a emissora tenha passado por um processo de refundação, mas não há dúvidas de que a saída turbulenta do célebre apresentador da *La marche du siècle* e de sua equipe provocou mudanças no cotidiano da emissora e, conseqüentemente, na sua grade de programação.

Jérôme Clément tinha “uma grande ambição”: “utilizar a televisão como uma ferramenta pedagógica e cultural e construir uma televisão europeia”. Assim que assumiu, o novo presidente fez questão de reorganizar a programação e excluir atrações que, segundo ele, fugiam dos objetivos da *La Cinquième* (CLÉMENT, 2011, p.252).

Mas essa tentativa de correção de rumos, pelo caminho da fusão com o *ARTE*, não foi duradoura. Com a grave crise que atingiu o governo Chirac e a sua opção pela dissolução do Parlamento em 21 de abril de 1997 e a convocatória de novas eleições, o quadro nebuloso estava posto (ZANCARINI; DELACROIX, 2010, p.466-467). A dissolução da Assembleia tornou nula as suas votações até então mais recentes, entre elas a que havia aprovado a fusão entre o *ARTE* e a *La Cinquième*. Para completar o quadro, o novo pleito rendeu uma vitória da esquerda, que assumiu o controle do governo, com o socialista Lionel Jospin como novo primeiro-ministro.

Até o ano de 1999, mesmo após as reviravoltas políticas ainda havia uma expectativa de que a fusão, mais cedo ou mais tarde aconteceria. Com a presidência do *ARTE*, nas mãos do alemão Jobst Plog, a partir de 1º de janeiro, Jérôme Clément poderia se dedicar exclusivamente à *La Cinquième* e aos planos de fusão. A emissora buscou inaugurar uma “nova etapa”, sobretudo em matéria de programação, com a chegada de atrações como *Ripostes*, *Côté Cinquième* e o

²¹³ *Libération*, « La Cinquième défend son identité ». Paris, 15 de março de 1997.

reforço do já tradicional encontro matinal da *La Cinquième* o *Les Écrans du Savoir*.²¹⁴

Mas o esforço duraria pouco tempo. Em janeiro de 2000, o *Le Monde* informou que o governo havia desistido de integrar o *ARTE* à *France Télévisions*. A decisão partiu após a negativa da parte alemã em se submeter a nova *holding* para “manter sua independência”.²¹⁵ O que acarretou em consequências para a *La Cinquième*, questionado sobre a situação da emissora educativa, Jérôme Clément se posicionou:

Eu lamento que o trabalho realizado entre as duas empresas e que visava criar um polo educativo e cultural, fundamental para o audiovisual público a para sua imagem no exterior tenha sido questionado. Nós trabalhamos muito, todos juntos, proveitosamente, durante esses três anos. É necessário aprender a trabalhar diferentemente. A *La Cinquième* terá de qualquer maneira um papel a desempenhar.²¹⁶

A situação de incerteza provocada pelas idas e vindas governamentais agitou os bastidores da *La Cinquième*. Os funcionários, de sua parte, contrários à fusão desde o início, exigiam garantias às autoridades para a manutenção dos serviços. Em assembleia, redigiram uma carta aberta, “endereçada ao primeiro-ministro, ao ministério da cultura e comunicação, aos deputados, senadores, e demais funcionários da emissora”. Na carta definiram cinco pontos fundamentais: “garantia de um orçamento definido pela lei de finanças; garantia de uma frequência exclusiva para a difusão da emissora 24 horas por dia, no contexto da digitalização; garantia de uma cota mínima de produções originais; proteção do emprego, considerando a falta de empregados na emissora.”²¹⁷

As palavras de Elisabeth Lerminier, representante dos funcionários, traduzem bem o sentimento dos profissionais da emissora naquele momento: “Nós noivamos com um canal e bruscamente nos anunciam que casamos com dois outros. Temos a impressão que chegaremos nus na holding”.²¹⁸

²¹⁴ LA CINQUIÈME. *Présentation des comptes de l'exercice 1999*. Rapport de Gestion. 2000.

²¹⁵ *Le Monde*, « Interrogations sur l'avenir de La Cinquième et d'ARTE », Paris, 8 de janeiro de 2000.

²¹⁶ *Le monde*, « Le gouvernement renonce à intégrer Arte dans France Télévision », Paris, 19 de janeiro de 2000.

²¹⁷ *Le Figaro*, Paris, « Le personnel de La Cinquième réclame des garanties », 19 de janeiro de 2000.

²¹⁸ *Le Monde*, « La Cinquième s'agite », Paris, 14 de fevereiro de 2000.

Como a fusão passou a não ser uma opção política do novo governo, novas saídas foram buscadas para regularizar a situação da *La Cinquième*.²¹⁹ A opção de fortalecer o setor público ficou clara quando foi aprovada uma nova Lei de Liberdade de Comunicação, em agosto de 2000, que incluía a entrada da *La Cinquième* em uma nova *holding* com as outras emissoras públicas, como a *France 2* e a *France 3*. A já existente *France Télévision* passaria a ser chamada no plural, *France Télévisions*. Interessante perceber que, 26 anos após o a dissolução da ORTF, que culminou com a autonomia das três primeiras emissoras públicas e abriu a discussão para a quebra do monopólio, a saída política encontrada para o fortalecimento do setor público seria um novo reagrupamento das emissoras. Essa posição era defendida por agentes importantes no debate da comunicação. Em meados dos anos 1990, Jean-Noël Jeanneney alertava:

[...] a França encontra-se nitidamente perante dois caminhos possíveis: o do declínio progressivo do setor público, escorregando por uma descida fatal – menos dinheiro, menos sucesso, menos publicidade, menos meios, menos ambição, e assim sucessivamente até que perca quase toda a importância ao limitar-se apenas às tarefas que o setor comercial não possa assumir; ou então (segundo caminho) [...] sendo assegurada a sobrevivência dos dois setores em verdadeira concorrência, sendo o setor público estimulado pela rivalidade e pela eficácia pronta do setor privado e protegido por isso, das tentações de indolência, de corporativismo, de preguiça, e, em contrapartida, sendo o setor privado empurrado para cima pela qualidade de um setor público que ao contrário do primeiro, não é obrigado a servir, na imediatez imposta pela publicidade, o mais pequeno denominador comum dos gostos do público revelados pelas sondagens (JEANNENEY, 1996, p.259).

A nova lei de comunicação e a reestruturação da *France Télévisions* indicavam que a França havia escolhido apostar no segundo caminho, o do fortalecimento do setor público em meio a um contexto de transformações iminentes, como as mudanças no padrão tecnológico que apontavam para a digitalização do sinal e a possibilidade de ampliação da concorrência com criação de outras emissoras.

Em 22 de agosto de 2000, o CSA elegeu Marc Tessier para a presidência da *France Télévisions*. O dirigente que já estava à frente da *France 2* e *France 3* desde maio de 1999, estava mantido no cargo, mas agora com desafios maiores, dada a

²¹⁹ LA CINQUIÈME. *Présentation des comptes de l'exercice 2000*. Rapport de Gestion. 2001.

chegada da *La Cinquième* à nova *holding*.²²⁰ A partir desse momento Jérôme Clément deixava de ser o presidente da *La Cinquième*, o cargo também deixaria de existir, a emissora passaria a ser comandada por um diretor-geral.²²¹ Em sua carta de despedida, Clément assegurava: “Nós demos ao nosso canal educativo um lugar reconhecido no universo audiovisual”. De acordo, com o ex-presidente: “A cada semana de 1999, entre 15 e 18 milhões de telespectadores assistem ao canal”. Jérôme Clément citou ainda o que considerava como provas do sucesso de sua gestão, no âmbito da programação, *Les écrans du savoir* e para além da telinha, o site de internet e o banco de programas. Ao final da carta, Clément faz votos de que a *La Cinquième* consiga “realizar sua missão educativa, tão necessária ao desenvolvimento de nosso país; a redução das desigualdades frente ao saber e a diminuição da fratura social”.²²²

Passados seis anos de seu nascimento, a incorporação da *La Cinquième* pela holding *France Télévisions* reforçava o discurso de Jérôme Clément de que a emissora havia conquistado um lugar definitivo na paisagem audiovisual francesa. Porém, ao contrário dos votos que fizera Clément, para permanecer nesse lugar a emissora precisou se despir do seu engajamento do passado, o conhecimento permanecia como um fio condutor importante, mas a ambição de resolução dos problemas franceses teve de ser adequada à sua nova realidade, nas palavras de Marc Tessier a emissora seria um verdadeiro laboratório para ideias novas.²²³

Sob a *holding France Télévisions*, a *La Cinquième* passaria a ser comandada por Jean-Pierre Cottet, que assumiu a direção-geral da emissora. A “nova equipe de direção, nomeada em setembro de 2000, comandou um processo de reorganização do canal”.²²⁴ Em setembro de 2001, a emissora anunciou uma mudança radical: a alteração em 80% de sua grade de programação. Este era o sinal claro das grandes mudanças que se seguiriam. As alterações atingiram, também, a identidade visual da emissora, com a modificação de seus logotipos e de sua cor principal – de azul para verde. Em pouco tempo, nasceria um novo canal. Tais mudanças culminaram na transformação de seu nome, que a partir de 07 de janeiro de 2002 passou a ser

²²⁰ *Le Monde*, « Marc Tessier élu pour cinq ans président de la holding France Télévision », Paris, 24 de agosto de 2000.

²²¹ *Libération*, « Jérôme Clément fait ses adieux à la Cinquième », Paris, 31 de agosto de 2000.

²²² *L'Humanité*, « La Cinquième : Clément s'en va », Paris, 31 de agosto de 2000.

²²³ *Le Monde*, « Marc Tessier élu pour cinq ans président de la holding France Télévision », Paris, 24 de agosto de 2000.

²²⁴ LA CINQUIÈME. *Présentation des comptes de l'exercice 2000*. Rapport de Gestion. 2001.

France 5, alterando desse modo, para usarmos a terminologia de François Jost, “as características constitutivas da marca” (JOST, 2009, p.32).

Em dezembro de 2004, Daniel Goudineau, então diretor-geral da *France 5*, tece algumas palavras pela ocasião do décimo aniversário da emissora:

Jean-Marie Cavada, Jérôme Clément, Jean Mino e há quatro anos, Marc Tessier e Jean-Pierre Cottet, com a equipe da qual eu fiz parte e que hoje eu dirijo, colocaram a serviço do canal a mesma chama para tornar tal qual ela é: um canal respeitoso com seu público que investe em sua inteligência e no seu desejo de conhecimento e lhe fornece as referências e os serviços que eles precisam.²²⁵

Apesar de evocar o passado, quase uma obrigatoriedade se tratando de um texto referente a uma efeméride, Daniel Goudineau sequer cita o nome da *La Cinquième*, faz apenas uma rápida referência aos seus dois antigos presidentes, Jean-Marie Cavada e Jérôme Clément. Ao que tudo indica a *La Cinquième*, emissora educativa criada para ajudar a França a combater a crise social dos anos 1990, se tornaria uma mera lembrança de um passado ainda recente, um breve prelúdio à história vindoura da *France 5*.

Mas alterações de rota não eram exclusividade da *La Cinquième*. E, o ano de 1999, no Canal Futura, foi marcado por inúmeras discussões internas. Logo após a sua criação e o seu primeiro ano de existência, a emissora parecia ainda sofrer com algumas indefinições organizacionais que impactavam diretamente o processo de produção e a transmissão dos conteúdos. No decorrer do ano foram pensadas modificações em toda a estrutura da emissora, o que afetaria desde os departamentos administrativos até os setores ligados à criação e produção. Para proceder essa reorganização, o Canal Futura contratou consultorias especializadas, que pudessem racionalizar a sua estrutura.

O processo de reestruturação colocava sob suspeição o tão propalado modelo implantado em 1997. Vendido para os parceiros, para o poder público e para os telespectadores como uma fórmula inédita e de sucesso. Mesmo que na prática, a reestruturação respondesse mais aos anseios da FRM em enxugar ainda mais a estrutura do canal, com objetivos de economia financeira.

A empresa de consultoria escolhida foi a Laboris:

²²⁵ *Les magazines des programmes*, “Le 13 décembre 2004, France 5 a 10 ans”, 11 de dezembro de 2004.

O projeto de reestruturação do Futura, realizado entre julho e outubro de 1999, teve como principal objetivo aprimorar seus processos produtivos e revisar sua estrutura organizacional, com vistas a apurar o número ideal de profissionais para o funcionamento eficiente do Canal. Inicialmente, foi apontado pela diretoria da Fundação Roberto Marinho, um benchmarking de 80 profissionais. Este número foi calculado com base no modelo de operação dos canais Globosat, tal como SporTV (138), porém, sem incluir os serviços técnicos (operação/engenharia) e algumas áreas e suporte como a de Administração e Finanças, Jurídica, as áreas de Recursos Humanos e de Promoções (que fazem parte de um pool que atende a todos os canais). De acordo com o trabalho realizado pela *Laboris* em conjunto com os coordenadores, chegou-se à conclusão que o Canal Futura pode funcionar eficientemente com uma faixa de 100 a 110 profissionais, sem comprometimento da atual produção e padrão de qualidade.²²⁶

No ano de 2000, a Masa Consultores e a Starke Consultoria também trabalharam para a implantação das mudanças sugeridas pela Laboris. A Laboris foi contratada para pensar o Planejamento Estratégico do Canal Futura. O que de acordo com um de seus relatórios, tinha por objetivo ajudar o Canal Futura a:

1. Lidar com o aumento das incertezas do ambiente externo;
2. Se posicionar no seu ambiente de atuação;
3. Pensar em termos integrados em relação aos seus rumos;
4. Auxiliar na concorrência de esforços, ao determinar quais objetivos devem ser perseguidos;
5. Evitar o desperdício de energia que ocorre quando cada unidade da organização age isoladamente quanto ao seu próprio entendimento sobre o que julga melhor para o Canal.²²⁷

Sobre o primeiro ponto destacado no relatório, “lidar com o aumento das incertezas do ambiente externo”, vale acrescentar que o ano de 1999 também marcou o início do segundo mandato presidencial de Fernando Henrique Cardoso. E que apesar da vitória eleitoral tranquila, ainda no primeiro turno, diante de Luís Inácio Lula da Silva, a continuidade do governo foi testada rapidamente com turbulências na economia, que levaram à desvalorização da moeda brasileira, o Real, situação que deve ter colocado interrogações na cabeça dos dirigentes da emissora quanto ao futuro econômico do país, obrigando as empresas a se

²²⁶ LABORIS. Projeto de Reestruturação do Canal Futura – Modelo organizacional proposto (documento preliminar). Rio de Janeiro, 28 de outubro de 1999, p.3

²²⁷ LABORIS. Canal Futura: desenvolvimento do Planejamento Estratégico. 14 de julho de 1999, p.3

adaptarem a um período de retração econômica, o que justificaria uma reformulação estrutural com vistas a antecipar qualquer imprevisto. Contudo, a Laboris após a análise de diversos documentos fornecidos pelo Canal Futura, chegou as seguintes definições:

O Canal Futura tem como missão contribuir para a formação educacional de toda população brasileira, possibilitando o acesso ao conhecimento que possa ser aplicado ao seu cotidiano, de maneira que provoque o desenvolvimento das capacidades básicas de iniciativa do cidadão, mudanças de atitude e comportamento, visando a melhor inserção do mercado de trabalho, na vida familiar e social e possibilite, com isso, uma melhor qualidade de vida.²²⁸

A Laboris identificou como público-alvo da emissora “todo povo brasileiro, preferencialmente as classes C e D. São alvos prioritários: jovens, trabalhadores, donas de casa, educadores e crianças”. Ainda segundo o relatório, o “Canal deve estar plenamente identificado com as necessidades de seu público, estar ligado a temas brasileiros e ser de fácil utilização”. E finaliza, “deve ser uma ferramenta para o educador, o estudante e o trabalhador e uma alternativa inteligente para a família”.²²⁹ Em termos de linguagem e formato o relatório da Laboris aponta que:

O formato do Canal deve ser moderno. Deve buscar ser mais próximo do entretenimento do que da sala de aula formal. Deve estar sintonizado com o ritmo da TV atual e voltado para estratégias de interatividade com o público. A linguagem deve ser coloquial, porém correta, atraente, divertida, direta e inteligível para o público alvo. Deve ser didática e respeitar os regionalismos. O conteúdo deve seguir pelo rigor da informação. O conhecimento deve ser construído; o foco é a informação útil, ou seja, o conhecimento aplicado ao dia-a-dia. Os conceitos explorados devem ser ancorados em situações concretas.²³⁰

De acordo com a Laboris Consultoria, o Canal Futura possuía cinco grandes metas para o ano de 1999: captação de recursos; aumento da audiência e expansão do Futura; redução de custos; mobilização via TV; Consolidação da produção no Futura/Gestão. Cada uma dessas metas se desdobrava em pontos específicos que seriam analisados um a um para que fossem atingidos.

²²⁸ LABORIS. *Canal Futura: desenvolvimento do Planejamento Estratégico*. Rio de Janeiro, 14 de julho de 1999, p.7

²²⁹ LABORIS. *Canal Futura: desenvolvimento do Planejamento Estratégico*. Rio de Janeiro, 14 de julho de 1999, p.7

²³⁰ LABORIS. *Canal Futura: desenvolvimento do Planejamento Estratégico*. Rio de Janeiro, 14 de julho de 1999, p.9

No final do mês de agosto de 1999, a equipe da Laboris preparou o primeiro relatório sobre a situação atual do Canal Futura, este relatório “foi elaborado a partir de entrevistas realizadas com seus gerentes e coordenadores”, e constituía-se como a primeira de cinco partes do trabalho de consultoria. Nessa primeira etapa, o objetivo era “identificar e mapear os macros processos existentes, identificando oportunidades de melhoria”.²³¹

De acordo com o relatório da Laboris havia: “falta de planejamento da programação gerando alterações constantes em termos de horário e programas”. E como consequência apontou as “diversas modificações da programação”. E concluiu que a falta de planejamento “não corrobora com a missão do Canal (fazer com que seus programas sejam amplamente utilizados)”.²³²

Um outro grave problema detectado pela Laboris diz respeito a área de comunicação e *marketing*. De acordo com o relatório, a área “têm dificuldades na execução da função de implementação do relacionamento com parceiros”. Situação que ficou evidenciada dado que são “os próprios parceiros” que “tomam a iniciativa de contratar produtoras para desenvolverem programa e projetos e, posteriormente, acionam o Canal”. As consequências desse modelo de gestão são: “o retrabalho para ajustar formatos dos programas nos padrões do Canal; alterações constantes na grade de programação; não aproveitamento de projetos/vídeos produzidos pelos parceiros; possibilidade de desestímulo e desistência de parceiros”.²³³

A Laboris identificou outras deficiências: “a área de *marketing* tem dificuldades em “vender” os produtos por não conhecer a fundo a produção do Canal; a conquista de patrocínios com inserção de programas na grade nem sempre está dentro do foco do Canal; as informações de programação são passadas de forma inconsistente; desconhecimento dos produtos dos parceiros”.²³⁴ Como consequência direta desses fatos a Laboris apontou a: “perda de possibilidades de ‘vendas de produtos; programas inseridos na grade não alinhados com o foco do

²³¹ LABORIS. *Relatório de Macro Processos, Estrutura Organizacional e Análise dos Pontos de Atenção*. Rio de Janeiro, 30 de agosto de 1999, p.3

²³² LABORIS. *Relatório de Macro Processos, Estrutura Organizacional e Análise dos Pontos de Atenção*. Rio de Janeiro, 30 de agosto de 1999, p.13

²³³ LABORIS. *Relatório de Macro Processos, Estrutura Organizacional e Análise dos Pontos de Atenção*. Rio de Janeiro, 30 de agosto de 1999, p.15

²³⁴ LABORIS. *Relatório de Macro Processos, Estrutura Organizacional e Análise dos Pontos de Atenção*. Rio de Janeiro, 30 de agosto de 1999, p.16

Canal; dados errados passados para os telespectadores; perda de oportunidades de aproveitamento de produto de parceiros.²³⁵

Em relação aos recursos humanos, a Laboris identificou que existe uma “percepção interna de desconforto em relação a distorções salariais entre profissionais com as mesmas responsabilidades”, e cita o exemplo dos “editores chefe do Núcleo de jornalismo” que “dividem as mesmas responsabilidades entre si e recebem salários diferentes”. Entre as consequências desses problemas diagnosticados estão a “rotatividade alta” e a “perda de tempo e investimento na preparação do profissional”.²³⁶

A *Laboris* elaborou um quadro interessante em relação a infraestrutura de operação e produção do Canal Futura. De acordo com o relatório: “espaço físico e equipamentos são insuficientes para a produção interna e compartilhamento com produtoras terceirizadas que trabalham dentro do Canal”. O que acarretava, ainda de acordo com o relatório da *Laboris*, em “perda de qualidade devido a pouca disponibilidade de tempo de uso dos equipamentos” e “perda de tempo dos coordenadores de núcleo na resolução de problemas de infraestrutura”. A *Laboris* indica ainda que os equipamentos eram “antigos e defasados tecnologicamente”. Os “equipamentos herdados da fundação Roberto Marinho têm onze anos e foram pouco atualizados”. De acordo com Ana Paulo Brandão (2000, p.99) “o Futura dispõe de um estúdio com equipamento apenas razoável, duas ilhas de edição (sendo uma apenas de corte seco), uma de áudio e uma ilha gráfica”.

A *Laboris* aponta uma “baixa produtividade e qualidade devido à defasagem tecnológica”, segundo o relatório “90% das produtoras já trabalham com ilhas mais modernas”. E por fim, conclui que “há percepção por parte dos coordenadores de que é baixa a capacitação dos operadores dos equipamentos”.²³⁷

Mas o desencadeamento de um processo de reorganização da emissora e todos os problemas apontados pela consultoria parecem não ter abalado a expectativa dos dirigentes em relação ao papel que a emissora estava desenvolvendo no campo televisivo brasileiro, ao menos não transparecia no discurso que era feito para os parceiros e os telespectadores.

²³⁵ LABORIS. *Relatório de Macro Processos, Estrutura Organizacional e Análise dos Pontos de Atenção*. Rio de Janeiro, 30 de agosto de 1999, p.16

²³⁶ LABORIS. *Relatório de Macro Processos, Estrutura Organizacional e Análise dos Pontos de Atenção*. Rio de Janeiro, 30 de agosto de 1999, p.18

²³⁷ LABORIS. *Relatório de Macro Processos, Estrutura Organizacional e Análise dos Pontos de Atenção*. Rio de Janeiro, 30 de agosto de 1999, p.17

Essa constatação da Laboris indica que após quase dois anos da inauguração do Canal Futura, a ambição de seus dirigentes de produzir profissionais com experiência na televisão e na educação parecia estar longe de se concretizar e funcionava mais como um efeito retórico. Chamamos atenção também o reaproveitamento dos antigos equipamentos da Fundação Roberto Marinho. Prática que desmistifica o fator novidade do Canal. Pois não era somente parte da grade de programação que era reaproveitada, mas os próprios equipamentos da FRM. Dentro dessa perspectiva, apesar da roupagem e do esforço do discurso publicitário o Canal Futura nasceu velho.

3.3 Limites de uma aposta educativa

Com objetivos iniciais tão amplos e ambiciosos a *La Cinquième* e o Canal Futura viram suas potencialidades podadas por limites que estavam para além do seu alcance. Na condição de emissora pública e veiculada para toda a França, a *La Cinquième* poderia atingir um vasto público não fosse a impossibilidade de exibição de suas imagens no horário nobre. Pouco mais de um ano após a inauguração da emissora o seu horário de funcionamento reduzido ainda levantava críticas, para Jean-François Minne: “um canal como a *La Cinquième*, se ela quer ter uma verdadeira utilidade ela não pode encerrar às 19 horas”.²³⁸

E de fato, um canal de televisão obrigado a encerrar suas transmissões diariamente às 19h00, justamente às portas do horário com maior número de telespectadores na frente da telinha, teria sérias dificuldades para cumprir seus objetivos e seria forçado a conviver com o estigma de ser um canal diurno com o fantasma da baixa audiência rondando sempre por perto. Minne tinha a solução e criticava o governo por não agir: “Por que não dar a sétima frequência ao *ARTE* e permitir a *La Cinquième* de exibir durante o tempo integral na quinta frequência. É um problema que precisa ser resolvido rapidamente”.²³⁹ Porém, como vimos, dada a intenção governamental de fusão da *La Cinquième* com o *ARTE*, o problema foi sendo arrastado por alguns anos, e só foi solucionado quando a *La Cinquième* já havia se transformado em *France 5*, situação que sem dúvida teve um impacto

²³⁸ *Le Quotidien de Paris*, “Jean-François Minne : « La majorité des émissions de La Cinquième ne dépendent pas à sa vocation initiale », Paris, 04 de janeiro de 1996.

²³⁹ *Le Quotidien de Paris*, “Jean-François Minne : « La majorité des émissions de La Cinquième ne dépendent pas à sa vocation initiale », Paris, 04 de janeiro de 1996.

negativo não somente nos números de audiência, mas sobretudo nos objetivos iniciais da emissora.

Antes mesmo da inauguração da *La Cinquième*, no início de dezembro de 1994, o jornalista Olivier Le Naire escreveu para o jornal *L'Express* uma crítica que indicava o sentimento do campo televisivo francês. Após fazer um balanço daquilo que os dirigentes da emissora prometiam entregar ao telespectador, ele encerrou seu texto afirmando que naquele momento, a verdade era que, “paradoxalmente, os melhores aliados de Cavada são os canais privados”, isso porque a *La Cinquième* não teria “nem muita publicidade, nem muita audiência”.²⁴⁰

Como vimos, tal prognóstico acabou por se confirmar, o que levou a declarações de Jean-Marie Cavada buscando justificar o fraco desempenho de sua emissora. Mas se tal preocupação não era admitida pelo presidente do canal, outros dirigentes deixavam isso transparecer em suas declarações. Cyril Viguier, por exemplo, admitia que “para julgar os resultados da grade” sua equipe observava as audiências, ainda que isso não fosse uma “obsessão”. Segundo o dirigente, a emissora estava atenta ao retorno do telespectador, fosse por correio, minitel, telefone ou simplesmente pela reação das pessoas em suas visitas pelo país. Viguier ainda confirmava que o “boca-a-boca” estava funcionando muito bem, e que as crianças eram as primeiras a informar seus pais dos méritos da programação da *La Cinquième*.²⁴¹

Entre os professores um a cada quatro dizia utilizar as produções da emissora em suas aulas.²⁴² Em 1995, foram instalados dois núcleos presenciais um em Montpellier e outro em Versalhes, sob a responsabilidade dos centros regionais de documentação pedagógica. Com “professores de todos os níveis foi constituída para emitir opiniões sobre os programas e fazer questões aos produtores”.²⁴³ Ao menos pelos dados coletados nas células, a primeira impressão dos professores sobre a *La Cinquième* foi positiva: “Os professores não falam mal da *La Cinquième*, eles estão muito contentes de existir um canal que não transmite folhetins americanos nem jogos sem grande interesse”, afirmou o Jacques Richard, diretor de centro regional de documentação pedagógica de Versalhes. O diretor ainda comentou que “uma das

²⁴⁰ *L'Express*, « Réactions en chaînes », Paris, 08 de dezembro de 1994.

²⁴¹ *Mediasphère*, « Cyril Viguier: plus de documentaires sur la 5^{ème} », Paris, 16 de fevereiro de 1995.

²⁴² *Libération*, « La Cinquième fête ses deux ans ». Paris, 07 de dezembro de 1996.

²⁴³ *Le Monde*, « l'école à la télé' », 16 de janeiro de 1995.

maiores preocupações dos professores é poder utilizar os programas da *La Cinquième* durante as aulas”.²⁴⁴

Mas essa audiência da *La Cinquième* poderia ser maior, não fosse o imbróglio envolvendo a reprodução dos conteúdos em VHS, isso porque, pela lei de direitos autorais às produções televisivas não poderiam ser gravadas e transmitidas em ambientes públicos, neste caso o professor que realizasse as gravações para veicular um programa em sua sala de aula, estaria violando a lei.²⁴⁵ Para fugir desse impeditivo, aconselhava-se que os professores transmitissem os programas ao vivo, o que causava novos problemas, já que caberia ao professor saber o conteúdo da atração para preparar suas atividades com os alunos.

A *La Cinquième* conseguiu, em seu primeiro ano, atingir a casa dos 4% de audiência, estabelecendo-se nessa faixa. Às vésperas de seu segundo aniversário a emissora declarou ser assistida regularmente por aproximadamente 4,6 milhões de telespectadores.²⁴⁶ Apesar dos índices ficarem aquém das expectativas iniciais, quando são considerados os números de todas as emissoras do campo televisivo francês fica demonstrado que houve uma recuperação do setor público. No início dos anos 1990, o índice de audiência das emissoras públicas estava na casa dos 33%, saltando para 43,4% no ano 2000. No mesmo período, a audiência das emissoras privadas era de 65,3% caindo para o patamar de 49,1% (BOURDON, 2011, p.76). O que demonstra que a criação da *La Cinquième*, senão resolveu os problemas sociais franceses ao menos colaborou para equilibrar a disputa entre o setor público e setor privado da paisagem audiovisual francesa.

Se para a *La Cinquième*, veiculada em TV aberta para todo o território francês não foi uma tarefa fácil atingir seus objetivos, a missão do Canal Futura era ainda mais complicada, pois havia uma contradição inicial na sua proposta: ser um canal popular, voltado às classes C e D, as mais atingidas pela crise educacional, mas veiculado exclusivamente pela TV por assinatura. Essa contradição foi apontada desde o início do projeto, ainda nas pesquisas iniciais realizadas pela FRM, mas parecia não incomodar os executivos da emissora, de acordo com alguns diretores “a projeção é de que, em três anos, o canal atinja 40 milhões de pessoas”.²⁴⁷

²⁴⁴ *Les Échos*, “200 professeur analusent La Cinquième à la loupe, Paris, 04 de abril de 1995.

²⁴⁵ *Le Figaro*, « La télé des collégiens », Paris 14 de outubro de 1997.

²⁴⁶ *Libération*, « La Cinquième fête ses deux ans », Paris, 07 de dezembro de 1996.

²⁴⁷ *A Tarde*, “Futura entra no ar segunda-feira”, 17 de setembro de 1997.

Na imprensa se dizia abertamente: “apesar de ser veiculado pela Net, os assinantes não são o público-alvo do Futura”.²⁴⁸ Representando o grupo Odebrecht, um dos parceiros do Canal Futura, Neylar Vilar Lins afirmava que: “O canal visa um universo muito maior do que apenas os telespectadores que possuem tevê a cabo”.²⁴⁹ Mas para o consultor Roberto Oliveira, a emissora não poderia prescindir da audiência do cabo: “De imediato, o Futura tem uma audiência cativa – dos assinantes dos sistemas Net, Multicanal e Sky”, público que se soma a “uma audiência dirigida formada por qualquer instituição que queira trabalhar a programação com a comunidade”.²⁵⁰

A partir desses dados a imprensa buscava explicar aos seus leitores como o novo canal de educação da iniciativa privada iria atuar: “O Futura não vai se preocupar com a medição da audiência pelo Ibope. Mas avaliações periódicas da programação serão feitas junto ao público. Se um programa não cumprir a função a que se propõe, poderá ser reformulado ou retirado do ar”.²⁵¹

Para escapar dos limites do cabo, os dirigentes do Canal Futura buscaram alternativas para ampliar o seu público. Dessa forma a emissora investiu em três frentes: na mobilização comunitária, o convênio com emissoras educativas e universitárias e na ampliação do sinal para as antenas parabólicas.

O amplo movimento batizado de “mobilização comunitária” tinha por objetivo atingir “escolas, igrejas, creches, associações comunitárias, fábricas e entidades afins”. O Canal Futura buscava estabelecer convênios com entidades públicas e privadas. Pela proposta, a GloboSat, operadora do canal, oferecia o cabeamento gratuito dessas instituições. Algumas notícias apontam para 5 mil instituições contactadas. Em matéria do jornal *Folha de S.Paulo*, a jornalista Beatriz Brisola destaca o papel da mobilização comunitária para o canal atingir o público desejado:

Nessa tentativa o Futura vai atingir um público diversificado em idade, ocupação e classe social: estudantes, trabalhadores, donas-de-casa e crianças. Para chegar também às classes mais pobres, eles estão aplicando um projeto batizado de ‘Mobilização Comunitária’.²⁵²

²⁴⁸ *O Estado de S.Paulo*, “Educação ganha espaço próprio”, São Paulo, 21 de setembro de 1997.

²⁴⁹ *Zero Hora*, “Canal Futura abre novo capítulo na tele-educação”, Porto Alegre, 18 de setembro de 1997.

²⁵⁰ *Jornal do Commercio*, “Educação pela TV”, Rio de Janeiro, 18 de setembro de 1997.

²⁵¹ *O Estado de S.Paulo*, “Educação ganha espaço próprio”, São Paulo, 21 de setembro de 1997.

²⁵² *Folha de S.Paulo*. “Futura entra no ar amanhã”. São Paulo, 21 de setembro de 1997.

Nas palavras da gerente de mobilização comunitária, Vilma Guimarães, responsável pela implantação do projeto:

A mobilização, somada à recepção organizada, fará com que o canal atinja os diversos grupos pelo interesse específico que cada programa oferece em suas vidas. Além disso, estamos orientando a utilização do Futura na formação de videotecas, que passarão a fazer parte dos acervos de escolas e de quem mais quiser.²⁵³

A partir desse objetivo, inúmeras instituições passaram a receber gratuitamente o sinal do Canal Futura. No Rio de Janeiro, por exemplo, “o Sesi, em Jacarepaguá, a creche Paulo de Tarso em Copacabana, a União do Moradores do Morro do Borel e a Fundação Bradesco, na Tijuca, já estão com o Futura no ar e de olho na programação para desenvolver trabalhos educativos”.²⁵⁴

A mobilização comunitária atingia também o poder público, por meio de convênios com secretarias e governos estaduais. O governador do Rio de Janeiro, Marcello Alencar e seu secretário de Educação, Fernando Pinto, assinaram, no dia 14 de outubro de 1997, um convênio com a Fundação Roberto Marinho. Pelo acordo até dezembro de 1997, 100 escolas da rede estadual de ensino, seriam cabeadas, para receber o sinal do Futura e a instalação de 1.000 aparelhos receptores.²⁵⁵

Todas as informações sobre a chamada “Mobilização Comunitária” eram periodicamente divulgadas, já que a emissora não se considerava um simples canal de televisão, mais um agente mobilizador, motivador da transformação. O número expressivo de instituições que já recebiam o sinal do Futura com pouco mais de nove meses de operação do canal é uma demonstração do empenho de seus dirigentes em levar o sinal para todo o país. Porém, é difícil dizer se o número expressivo de instituições se convertia em uma ampla audiência. Isso porque não temos dados precisos sobre o número de atendidos, por cada uma dessas entidades parceiras, tais como “creches, bibliotecas, hospitais, associações comunitárias”. Sabemos que em alguns casos, o número de pessoas atingidas em cada uma dessas instituições era mínimo. Um desses exemplos, era a Organização Auxílio

²⁵³ *Folha de S. Paulo*. “Futura entra no ar amanhã”. São Paulo, 21 de setembro de 1997.

²⁵⁴ *Jornal do Brasil*. “Futura ensina alunos do estado”. Rio de Janeiro, 19 de outubro de 1997.

²⁵⁵ *Jornal do Commercio*. “Escolas públicas vão receber sinal do Futura”. Rio de Janeiro, 12 de outubro de 1997.

Fraterno, “uma das 15 instituições baianas” que receberam o sinal do Canal Futura, a instituição atendia 68 crianças na faixa etária dos 4 aos 14 anos.²⁵⁶

A veiculação do Canal Futura via antenas parabólicas foi anunciado desde antes do início das operações do canal. Porém, os planos de alcançar um público distinto daquele presente na TV por assinatura teve de esperar um pouco mais. Segundo o *Jornal do Brasil*, o Canal Futura passou a disponibilizar o seu sinal “para captação em parabólicas”, a partir do dia 05 de agosto de 1998, com essa medida “cerca de 4,5 milhões de telespectadores” poderiam “assistir ao Futura sem assinatura”.²⁵⁷

Em julho de 1999, o jornal o *Globo* anunciou que a FRM havia recebido o prêmio Top Social, “concedido pela Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil em conjunto com o Instituto Cidadania”. De acordo com o periódico a “entidade foi premiada pelo projeto do Canal Futura, cuja programação é totalmente voltada para a área da educação”. Ao final do texto o jornal informa que a emissora possui um “público de 30 milhões de pessoas”, e que suas imagens “podem ser captadas via parabólica ou TV por assinatura”.²⁵⁸ Número que não apenas destoava completamente daqueles anunciados um ano antes, mas de números anunciados pelo mesmo jornal, alguns meses depois. No aniversário de dois anos do Canal Futura, por exemplo, ao anunciar que a emissora produziu mais de “seis mil programas”, sendo que “cerca de 30% das atrações são voltadas para escolas, 27% para adolescentes e jovens, 19% para quem trabalha, 16% para as famílias e 8% para o público infantil”, o público estimado era de “cerca de 6,5 milhões de telespectadores, somando-se os 1,8 milhão de assinantes da Net e da Sky e os proprietários de antenas parabólicas”, o que para o jornal eram “motivos de sobra para celebrar”.²⁵⁹

Porém, no início do ano de 2001, até o próprio jornal o *Globo* parecia não celebrar tão efusivamente os números da emissora, ao indicar o descompasso entre um “público potencial de 33 milhões de pessoas”, e a disponibilidade do sinal da

²⁵⁶ *A Tarde*, “TV Futura”, Salvador, 26 de outubro de 1997.

²⁵⁷ *Jornal do Brasil*, “De olho no futuro”, Rio de Janeiro, 19 de maio de 1998.

²⁵⁸ *O Globo*, “Fundação Roberto Marinho recebe Top Social por projeto Canal Futura”, Rio de Janeiro, 14 de julho de 1999.

²⁵⁹ *O Globo*, “Futura festeja segundo aniversário com novos programas e dia temático”, Rio de Janeiro, 22 de setembro de 1999.

emissora, “até agora só por TV a cabo ou antenas parabólicas”.²⁶⁰ A leve crítica era acompanhada de um anúncio importante, a assinatura de um convênio assinado entre a FRM e o governo de Pernambuco, para a distribuição da programação da emissora em sinal aberto “para o estado através da TV Pernambuco”. Ainda de acordo com o jornal:

O termo de cooperação técnica para a transmissão do Canal Futura para todo o estado foi firmado pelo governador Jarbas Vasconcelos (PMDB) e o diretor-geral da Fundação Roberto Marinho, José Roberto Marinho. A solenidade foi no Palácio do Campo das Princesas, e segundo José Roberto Marinho, o sistema começará a operar em junho”.²⁶¹

Tal convênio representava não apenas uma possibilidade de ampliação da audiência do Canal Futura, mas era a demonstração de que efetivamente “o canal do conhecimento”, gerenciado pela iniciativa privada, teria capacidade e condições de substituir as antigas emissoras públicas educativas, bastando para isso estreitar os laços com os governadores que controlavam essas emissoras e tinha nas mãos o poder, de com uma assinatura, alterar sua programação inteira.

Em 2002, no aniversário de cinco anos do Canal Futura, os números da produção e audiência novamente são conflituosos. De acordo com o relatório interno a emissora produziu, ao longo desses primeiros anos, “mais de 40 mil horas de programação” com uma audiência estimada em “mais de 10 milhões de telespectadores”. Além disso, o sinal do Canal Futura chegava a cerca de “10 mil instituições sociais, distribuídas por todo território nacional”.²⁶²

Dessa forma, o Canal Futura chegava a sua meia década de vida longe de atingir as metas iniciais estipuladas pelos próprios dirigentes. Os dados indicam que a emissora parecia não ter muita certeza dos dados que apresentava, sobremaneira aqueles relativos à audiência e o impacto que o canal tinha em seu público.

Todos esses dados quando somados à criação da *La Cinquième* e do Canal Futura, em campos televisivos tão distintos, demonstrava o quanto a televisão educativa, na última década do século XX, ainda se constituía como uma grande aposta.

²⁶⁰ *O Globo*, “Canal Futura terá sinal aberto em Pernambuco”, Rio de Janeiro, 20 de fevereiro de 2001.

²⁶¹ *O Globo*, “Canal Futura terá sinal aberto em Pernambuco”, Rio de Janeiro, 20 de fevereiro de 2001.

²⁶² FUTURA. *Cinco anos de conhecimento*. 2002. p.1

O investimento por parte do Estado e da iniciativa privada, na França e no Brasil, para a criação da *La Cinquième* e do Canal Futura reforça a tese de que na última década do século XX, ainda se acreditava na utilização da televisão com fins educativos. Mas como toda aposta, sempre existem os riscos envolvidos. Nesse caso, o maior deles relacionava-se com o contexto de amplas transformações políticas, sociais, econômicas, culturais e tecnológicas que impactaram diretamente a televisão nos anos 1990. O surgimento da Internet e, o início de sua utilização comercial, inseriu novas questões na produção dos conteúdos audiovisuais educativos que não poderiam ser ignoradas pelas emissoras. A multiplicação dos canais, a expansão da TV por cabo e satélite, também trouxe desafios para as duas emissoras, caberia a elas sobreviver nesse contexto de mudanças. Tanto a *La Cinquième* quanto o Canal Futura buscaram enfrentar os desafios que se apresentavam cotidianamente. A *La Cinquième* apostou no uso integrado das novas tecnologias, como o Minitel, a Internet e o Banco de Programas. Recursos utilizados com vistas a potencializar os conteúdos educativos produzidos. O mesmo vale para o Canal Futura que criou seu *site*, além de outros mecanismos para difundir sua programação junto ao público.

Como parte integrante do campo televisivo, a *La Cinquième* e o Canal Futura estavam submetidos e sujeitos à lógica do campo. Nesse sentido, suas ações e estratégias, estavam ligadas diretamente, não só à forma como elas se mostravam, mas, sobretudo, no modo como as outras emissoras as viam. Houve, em todo o período, uma disputa muito clara pelo direito de dizer e produzir aquilo que seria legitimamente um conteúdo educativo. Ou seja, se por um lado, a existência das emissoras educativas se justificaria pela sua relação de oposição às emissoras generalistas, fossem elas comerciais ou públicas, que, em tese, cediam pouco espaço para conteúdos educativos. Por outro, guardava relação direta com a própria produção. Dessa forma, ganhou relevo a questão da concorrência entre as emissoras. Elemento que também está diretamente ligado à produção. A concorrência ocorreu, como dissemos, pelo fato das duas emissoras não operarem no vazio. No caso da *La Cinquième*, se viu em uma forte disputa com o *ARTE*. E no caso do Canal Futura, com todas as outras experiências em televisão educativa, com destaque para a TVE e a TV Cultura. A estrutura e dinâmica do campo televisivo agiram diretamente sobre todas as ações de produção e programação seja da *La Cinquième* seja do Canal Futura e acabaram por reforçar elementos

consagrados da televisão francesa e brasileira. Desconsiderar tal aspecto e olhar para as duas emissoras de maneira isolada seria contrariar a própria lógica do campo. No caso da *La Cinquième*, é notório que houve uma clara simbiose entre agentes que ao longo de suas carreiras transitaram entre o setor público e privado, e por isso, estavam habituados a alimentar a televisão com os conteúdos de puro entretenimento, mas que, a partir do momento que passam integrar a *La Cinquième* passariam a defender abertamente a produção de conteúdos educativos e culturais.

No início do Canal Futura havia a preocupação, por parte de alguns de seus dirigentes, em se formar um novo profissional, capaz de ser especialistas na produção de conteúdos educativos. A busca por esse tipo de profissional revelava não somente a inexistência dele, mas explicaria muito do próprio conteúdo levado ao ar. Os programas educativos do Canal Futura estavam embebidos na lógica de uma televisão comercial, a Rede Globo, que produzia em grande escala programas de entretenimento e informação. Dessa perspectiva, o caminho da aproximação da educação com o entretenimento parece natural, pois tanto estaria alinhada à formação e a trajetória profissional dos produtores quanto responderia aos anseios dos telespectadores, habituados com esse tipo de programação na televisão.

4 O AUDIOVISUAL EDUCATIVO FRANCÊS E BRASILEIRO

A programação de uma emissora ilustra sua filosofia em matéria editorial. A “natureza dos conteúdos, as características dos programas veiculados dependem de uma lógica de programação claramente definida” (CHAMPION & DANARD, 2014, p.49). Por definição a *La Cinquième* e o Canal Futura tinham a educação como elemento central de sua grade de programação. Desse modo, todos os programas deveriam colaborar na tarefa de difusão do conhecimento. Porém, para compreendermos de que modo esse objetivo foi (ou não) alcançado pelas emissoras, analisaremos as suas grades de programação a partir da teoria dos gêneros. Concordamos com Aronchi que afirma que: “Um estudo específico do gênero educativo identificaria variações inspiradas nas categorias entretenimento e informação, que se utilizam das mesmas técnicas dessas categorias, porém com objetivos educativos” (SOUZA, 2004, p.154). Desse modo, realizaremos neste capítulo a análise do audiovisual educativo francês e brasileiro partindo das três grandes categorias ligadas à produção televisiva: educação, informação e entretenimento. Cada uma dessas categorias apresenta as suas subdivisões em gêneros e formatos que serão exploradas na análise dos principais programas veiculados pela *La Cinquième* e do Canal Futura, análise que contemplará os conceitos de texto, contexto e co-texto destacadas pelo historiador francês Jérôme Bourdon. Esta análise foi realizada a partir de dados coletados nos documentos internos das emissoras, em artigos da imprensa escrita e no visionamento do audiovisual. Consideramos, ainda, os dados bibliográficos sobre a história dos canais, de cada um dos gêneros e de sua inserção na grade de cada país.

4.1 Educação e conhecimento

Podemos afirmar que a categoria educação recebeu atenção especial tanto da *La Cinquième* quanto do Canal Futura. E não poderia ser diferente, afinal tratava-se da principal característica das duas emissoras. Dessa forma, em última análise, poderíamos afirmar que toda a grade de programação das emissoras é educativa, porém, neste tópico nos ocuparemos dos programas que se articulam diretamente com o tema da educação. Assim subdividimos a categoria *educação* em dois tipos de programas: educativos instrucionais e educativos não-instrucionais. Entre os

programas do primeiro tipo estão os dedicados à veiculação de cursos, telecursos, aperfeiçoamentos, conteúdos que são veiculados de uma forma sistematizada, com sequência didática, com vistas a um aprendizado específico – escolar ou acadêmico, formal ou informal. Os educativos não-instrucionais são programas com temáticas ligadas à educação, com relação direta aos temas desenvolvidos em sala de aula e que funcionam como conteúdos complementares na ampliação dos horizontes do professor e dos alunos. Cabe dizer que nos dois tipos de programas há uma mescla de gêneros e formatos que são utilizados com os fins educativos.

Ao longo de toda sua trajetória a *La Cinquième* reservou uma faixa de horário dedicada aos estudantes de ensino médio e fundamental, denominada de *Les écrans du savoir*, (“Telas do Saber”, numa tradução livre), que aglutinava diversos programas coproduzidos pela emissora e pelo CNDP além de outras produções. Seus programas de curta duração, em sua maioria com 13 minutos, ocupavam um lugar cativo na grade de programação da *La Cinquième*, sobretudo durante a parte da manhã, mas, também, em alguns momentos, veiculado no período da tarde. A faixa de horário englobava majoritariamente programas educativos não-instrucionais, porém também havia espaço para os programas educativos instrucionais, caso dos programas dedicados ao ensino de línguas estrangeiras.

Dada a multiplicidade dos programas voltados ao ensino de línguas estrangeiras e o fato deles terem permanecido na grade de programação da *La Cinquième* ao longo de todo o período analisado, podemos afirmar que o aprendizado de um segundo ou terceiro idioma pelo telespectador era uma das preocupações constantes dos dirigentes da emissora. A oferta de cursos de línguas (alemão, espanhol, inglês e italiano) revela uma preocupação que pode estar ligada à integração europeia. Os programas de língua estrangeira ocuparam a grade da *La Cinquième* das mais diversas formas. Geralmente, eram veiculados no período da manhã, diariamente, inclusive nos finais de semana. Além de contar com reprises periódicas em outros períodos do dia, como no início ou no final da tarde.

O principal programa de ensino de língua estrangeira veiculado pela *La Cinquième* era *Victor*. A emissora transmitia versões do programa destinadas ao aprendizado de espanhol, alemão e italiano. Produzido pela *Victor Ebner*, em formato de teleaula com duração 13 minutos, a atração traz diálogos dramatizados, revisões e pequenos exercícios. *Victor*, o personagem central, permanece num constante diálogo com um narrador em voz *off*. Os diálogos são marcados por um

tom descontraído, com piadas e brincadeiras (figura 18). Os telespectadores que quisessem complementar seus estudos poderiam adquirir os livros impressos do curso, com pedidos por telefone.

Figura 18 – Cenas do programa *Victor* veiculado pela *La Cinqüième*



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

Mas a escolha do programa *Victor* para o ensino de línguas estrangeiras não agradou a todos:

Há progressos para realizar no alemão? A *La Cinqüième* não encontrou nada melhor do que relançar o programa linguístico *Victor*, uma série desatualizada que data de... 1986. Assim, o melhor é acompanhar a programação legendada do canal franco-alemão ARTE.²⁶³

As palavras da jornalista Sylvie Kerviel, em matéria para o *Le Monde*, são de total desaprovação pela escolha de *Victor*, programa, que em sua opinião, criado há quase uma década já estaria desatualizado. Mas o pior da crítica era a recomendação ao leitor interessado em aperfeiçoar a língua alemã, a de que melhor seria acompanhar a programação do ARTE, justamente a emissora que o presidente Jean-Marie Cavada reiterava sua oposição. Para além de *Victor*, a grade de programação da *La Cinqüième* trazia outros programas voltados às línguas estrangeiras, entre eles: *Cousin Willian*, *CS1 Frontière* e *Look Ahead*, todos dedicados ao ensino da língua de Shakespeare em seus mais diversos níveis.

Mas para além dos programas de ensino de língua estrangeira outra atração que pode ser classificada como educativo instrucional era o *Les amphis de La Cinqüième*. Tratava-se de uma iniciativa que tinha por objetivo a difusão de temas ligados à formação superior. Os programas contavam com a parceria de intelectuais e universidades. Porém, apesar da relevância dos conteúdos e dos participantes,

²⁶³ *Le Monde*, « L'école à télé », Paris, 16 de janeiro de 1995.

Les amphis de La Cinquième ocupava um pequeno espaço na grade de programação e numa faixa de horário mais restritiva, já que, geralmente, abria a programação da emissora, a partir das 5 ou 6 horas da manhã.²⁶⁴ O formato de teleaula do programa nos remete às formas tradicionais de usos educativos da televisão, na qual entre elas estava o brasileiro *Telecurso*.

Telecurso que representava o principal destaque dentre os programas educativos instrucionais do Canal Futura. A essa época o projeto já possuía uma história quase independente dentro da Fundação Roberto Marinho. Tendo sido criado em 1978, em uma versão dedicada ao segundo grau e passando por aperfeiçoamentos até a fase mais atual, quando foi batizado de *Telecurso 2000*.²⁶⁵

Com uma lógica e uma dinâmica próprias, voltado às pessoas que necessitavam não somente de informação, mas, também, de formação, o *Telecurso 2000* era um dos carros-chefes da programação de educação do Canal Futura. Na grade de novembro de 1997, quando a emissora veiculava apenas 16 horas de programação, o *Telecurso* ocupava cerca de oito horários de 15 minutos de duração cada, ou seja, um total de 2 horas da programação, o equivalente a 12,5% do horário diário de exibição do Futura.²⁶⁶

Esse número continuou significativo um ano após a inauguração da emissora, quando a programação já era veiculada 24 horas por dia. Durante os dias da semana do mês de novembro e dezembro de 1998, as versões do *Telecurso* estavam programadas para ocupar 11 horários de 15 minutos, totalizando 2 horas e 45 minutos de programas, o equivalente a pouco mais de 10% da grade de programação diária. As teleaulas eram exibidas diariamente a partir das 5h00 da manhã, em seguida às 9h00, no horário do almoço, entre 12h00 e 13h00 e no início da noite às 18h00. Nos finais de semana a veiculação do *Telecurso* ocupava espaço ainda maior na grade de programação. Aos sábados, por exemplo, o programa ocupava todo o período da manhã, entre as 7h00 e meio-dia, num total de 5 horas de exibição, ou seja, aproximadamente 20% da grade. Sendo as primeiras duas horas e meia dedicadas ao *Intensivo de 1º Grau* e as duas horas e meia restantes

²⁶⁴ *Libération*, “Signature de la convention sur « Les amphis de La Cinquième », Paris, 04 de abril de 1996.

²⁶⁵ Para saber mais sobre a história dos *Telecursos* da Fundação Roberto Marinho Cf: OLIVEIRA, Wellington Amarante. **Telecurso 2º Grau: paradigma no ensino pela TV e legitimação política da Rede Globo, 1977-1981**. Dissertação (Mestrado em História). Assis: UNESP, 2011; MOREIRA, João Flávio de Castro. **Os Telecursos da Rede Globo: a mídia televisiva no sistema de educação à distância (1978 – 1998)**. Dissertação (Mestrado em História). Brasília: Universidade de Brasília, 2006.

²⁶⁶ *Revista Futura*, ano I, nº 1 nov./dez. 1997, p.16.

ao *Intensivo de 2º Grau*. O domingo era o dia de menor exibição do programa, ainda assim com duas horas seguidas de exibição, a partir das 11h00 da manhã. Ao longo de uma semana o programa acumulava 1.245 minutos de exibição, o equivalente a 20 horas e 45 minutos de veiculação, ou seja, 12,35% da grade de programação do Canal Futura.²⁶⁷

Outro programa educativo instrucional veiculado pelo Canal Futura era o *Via TV*. Voltado ao ensino de História, Geografia e Literatura para os alunos do ensino médio, o programa era montado “com o auxílio luxuoso de novelas antigas e minisséries” e programas jornalísticos da Rede Globo.²⁶⁸ De acordo com Margarida Ramos: o programa era exibido diariamente “com a proposta de ensinar temas ligados às matérias básicas do currículo das escolas”; pautando assuntos como “desenvolvimento econômico, pobreza, Mercosul e modernização da agricultura”.²⁶⁹ Apresentado pela atriz Silvia Buarque de Holanda, “outra velha conhecida dos telespectadores”²⁷⁰, o programa contava com direção e roteiro de David França Mendes e a produção executiva de Marcello Dantas.²⁷¹

O *Via TV* fez parte da grade inaugural do Canal Futura e como tal teve a sua proposta destacada na imprensa mesmo antes do início de sua exibição. A jornalista Patrícia Kogut, em matéria do jornal *O Globo*, destacou que o programa pretendia ensinar de “uma forma divertida”, o que seria assegurado pela intenção do diretor, que não queria uma atração “sisuda”. Ainda de acordo com a jornalista: “para garantir sua leveza”, o programa teria “um visual cheio de interferências de desenho animado e efeitos gráficos”.²⁷²

Mas apesar de se pretender um programa que “ensina de forma divertida” e que não fosse “sisudo”, a condução de Silvia Buarque, tratando os assuntos com seriedade, não parecia ceder muitos espaços ao entretenimento, o que não quer

²⁶⁷ Revista Futura, ano I, nº 6 nov./dez. 1998, p.27.

²⁶⁸ *O Globo*, “Apostando juntos no Futura da NET”, 20 de setembro de 1997.

²⁶⁹ *Revista da Indústria*, “O caminho do conhecimento”, 08 de setembro de 1997.

²⁷⁰ *O Globo*, “Apostando juntos no Futura da NET”, 20 de setembro de 1997.

²⁷¹ Os créditos do *Via TV* anunciavam os seguintes integrantes: Marcello Dantas (produção executiva); David França Mendes (direção e roteiro); Silvia Buarque (apresentação); Jacqueline Cantore e Mônica Dias Pinto (concepção e formato); Lucineia Batista (supervisão pedagógica); Wanderley Júlio Quêdo (consultoria); Gustavo Cascon e Isabela Araújo (edição); Ana Bártole (coordenação de produção); Gisele Ribeiro (projeto gráfico); Marco Beranger (finalização); Paulo Márcio França (câmera); Márcia Noronha (figurino); Gisele Ribeiro, Gustavo Cascon, Sergio Menegassi e Elise Kamm (abertura); Marcos Vampa (música de abertura); Simplício Neto e Renata Rattón (assistentes de direção); Comunicarte, Claudio Paulino, Smuggler, Metallo, Tandor, K-Zual (agradecimentos); Magnetoscópio (produção).

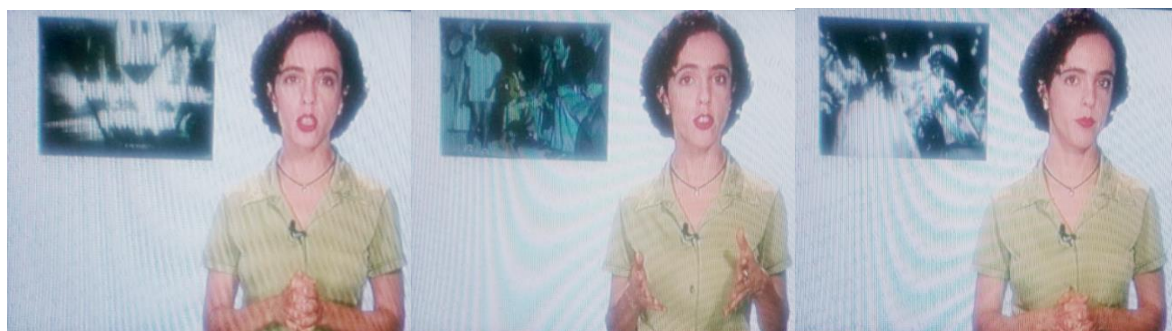
²⁷² *O Globo*, “Antigos arquivos servem à TV Futura”, 31 de agosto de 1997.

dizer que o programa não cumpria seu objetivo, nas palavras da própria apresentadora:

Acho importante que exista esse canal como um complemento para a educação. Realmente os programas têm qualidade e não são chatos. E a linguagem é simples. Acho que o 'Via TV' pode ser útil para um vestibulando. A informação está toda lá, resumidinha num texto sem qualquer floreio.²⁷³

Como se pode observar há uma diferença entre “ensinar de forma divertida”, como destacava *O Globo* e um “texto sem qualquer floreio”, como afirmou a atriz. Responsável pela concepção e formato do programa, ao lado de Mônica Dias Pinto, Jacqueline Cantore destaca o desempenho de Sílvia Buarque nos estúdios, ao comentar sobre o programa: “A Sílvia me impressionou. Ela tem a preocupação de passar a informação precisa. Durante as gravações a gente sente o seu excelente preparo” (figura 19).²⁷⁴

Figura 19 – Sílvia Buarque de Holanda apresentando o programa *Via TV*



Fonte: Frames produzidos pelo autor a partir de fotografias no instante do visionamento.

O desempenho de Sílvia Buarque pode ser observado no episódio de número 8 do *Via TV* que tinha como tema: “História – A cultura e política no Estado Novo”. A atriz era a responsável pela apresentação do conteúdo, incluindo as narrações em *off*. No episódio em questão, Sílvia Buarque adotou um tom sério durante todo o programa, sem brincadeiras desnecessárias ou piadas, ou seja, como ela mesma havia anteriormente afirmado: “sem floreios”.

No que se refere aos conteúdos apresentados, os pontos eram aprofundados com o auxílio da exibição de imagens de arquivo do *Globo Repórter* de 1984 e 1989, o primeiro trecho sobre Graciliano Ramos e o segundo sobre o Departamento de

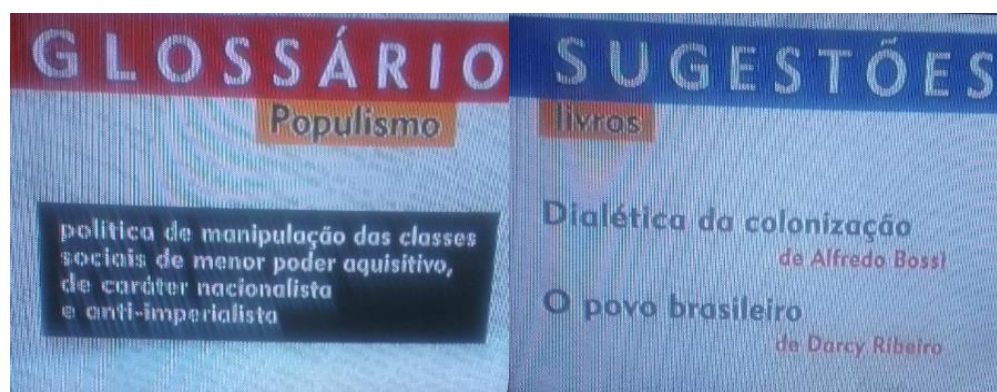
²⁷³ *O Globo*, “Apostando juntos no Futuro da NET”, 20 de setembro de 1997.

²⁷⁴ *O Globo*, “Apostando juntos no Futuro da NET”, 20 de setembro de 1997.

Imprensa e Propaganda do governo Vargas, o DIP. Houve também um amplo destaque para a figura de Carmen Miranda.

Na parte final, Silvia Buarque faz um resumo dos temas que foram tratados no programa. Em seguida, no vídeo, vê-se a exibição de um glossário, com a definição do termo “populismo” e na sequência as indicações de leitura, ambas narradas pela apresentadora: “Populismo: política de manipulação das classes sociais de menor poder aquisitivo, de caráter nacionalista e anti-imperialista”. Já os livros sugeridos foram: a *Dialética da colonização*, de Alfredo Bosi, e *O povo brasileiro*, de Darcy Ribeiro (figura 20).

Figura 20 – Glossário e sugestões de leitura no programa *Via TV*



Fonte: Frames produzidos pelo autor a partir de fotografias no instante do visionamento.

Em novembro de 1998, o *Via TV* era exibido diariamente em três horários: às 13h00, às 19h45 e à 0h40, num total de 55 minutos, ocupando diariamente 3,8% da grade de programação. Aos finais de semana o programa era retransmitido em outros dois horários: no sábado à 01h00 e no domingo 1h35.²⁷⁵

Na *La Cinqüième*, os programas educativos não-instrucionais do *Les écrans du savoir* possuíam uma ampla variedade temática que buscavam estar em consonância com os conteúdos do currículo escolar. Nathalie Darrigrand, responsável pela faixa de horário matutina, em entrevista à revista *Médiasphère* comenta sobre o sucesso do projeto: “Em termos de imagem, ganhamos nossa aposta [...] *Les écrans du savoir* foram muito bem acolhidos pelos professores, que não hesitam em utilizá-lo, às vezes até mesmo ao vivo, em suas aulas”. Darrigrand ainda comenta sobre o formato escolhido:

²⁷⁵ Revista *Futura*, ano I, nº 6 nov./dez. 1998, p.27.

Nós percebemos que 13 minutos é um bom formato para a televisão. Ele é particularmente adaptável ao formato do *Les écrans du savoir* que consiste em levar ao ar os temas que a televisão não aborda ou tem pouco costume, como a filosofia, a ciência, a literatura, a história dos objetos ou ainda a educação sexual [...] Evidentemente, que se tivéssemos um pouco mais de dinheiro poderíamos fazer coisas ainda mais “sexy” [...] fazer um esforço de imaginação para despertar a curiosidade dos telespectadores. Despertar o interesse é o verdadeiro objetivo do *Les écrans du savoir*.

Entre os inúmeros programas²⁷⁶ educativos não-instrucionais veiculados no horário *Les écrans du savoir*, analisaremos mais detidamente: *Cogito*, *Galilée*, *L'œuf de Colomb* e *Net plus ultra*, por representarem bem a multiplicidade de formatos e temáticas exploradas na faixa de horário.

*Cogito*²⁷⁷ era o programa da *La Cinquième* dedicado ao estudo dos grandes pensadores da filosofia. Para cada autor dois episódios, o primeiro dedicado a apresentação geral da vida e obra e o segundo uma entrevista com algum especialista sobre o tema. Com direção de Philippe Fréling e apresentação da jornalista Paula Jacques, o programa semanal possuía duração de 13 minutos (figura 21).

O público-alvo eram os estudantes do ensino médio – já que todos os filósofos abordados faziam parte de conteúdo programático do *baccalauréat*²⁷⁸ – e

²⁷⁶ Segue abaixo uma relação com alguns dos programas veiculados na faixa *Les écrans du savoir*: *A quoi ça rime ?*, *A toute épreuve*, *Abecedaire do polar*, *Accro*, *Affaires publiques*, *Allo la Terre*, *Alphabet Image*, *Au cœurs de matières*, *Au non de la loi*, *Aventuriers et écrivains*, *Bon appétit les enfants*, *Ça tourne à l'Opéra*, *Carnets d'Europe*, *Chemin d'école et d'opera*, *Ciel, ma géo*, *Cinq sur cinq*, *De cause à effet*, *Dédalus*, *Démocratie, demmocracy*, *Des religions et des hommes*, *Eco et compagnie*, *Electric*, *les années lumière*, *Entrez dans la danse*, *Faiseur d'images*, *Histoire de comprendre*, *Histoire d'écrivain*, *Histoire d'entreprise*, *Histoire de théâtre*, *Histoire personnelle de la littérature française*, *Histoires de profs*, *Il était deux fois*, *Inventer demain*, *L'éducation en questions*, *L'écho du siècle*, *La preuve par cinq*, *La tête à Toto*, *Le dessous des cartes*, *Les mots de la psychanalyse*, *Le roman de l'homme*, *Le tour de la planète*, *Les aventuriers de l'éprit*, *Les chemins du savoir*, *Les clefs*, *Les mots de l'économie*, *Les mots du droit*, *Les mystères du cosmo*, *Migration, des peuples en marche*, *Notre corps*, *Œil de Linx*, *Philosophies*, *Physique en forme*, *Pierre qui roule*, *Psyché*, *Qu'es-ce qu'on mange ?*, *Sallut l'inscrit*.

²⁷⁷ Os créditos do programa anunciavam: Paula Jacques (apresentação); Conception et réalisation: Philippe Fréling (concepção e direção); Alexandre Besson (assistente de direção); documentaliste: Sylvie Doubrere (documentalista) Crédts photos: Bibliothèque de Radio France ; conseiller: Jean-François Bienvenu ; Image: Jacques Morvan, Jean-François Puech ; Montage: Sophie Cornu ; Mixage: Jean-Michel Debord ; Son: Thierry Godard ; Maquillage: Fabienne Clech ; Styliame: Nathalie Gillot ; Décor: Franck Vallet ; scripte: Jerome Fréling ; stagiaire: Armelle Couprie ; Valerie Lassaille-Doucet ; directeur de prodcuton: Jean-Marc Geyer ; Producteur exécutif: Jerome Nougariolis ; Babylone Productions ; minitel 3615 5^{ème} ; La Cinquième/Fevrier 1995

²⁷⁸ Criado em 1808, o diploma de *baccalauréat* cumpre duas funções no sistema de ensino francês, a primeira é a de conclusão da educação básica e a segunda a de acesso ao ensino superior. Guardadas às devidas especificidades, pode-se dizer que o *bac*, como também é chamado, é o

os universitários, mas também um público mais amplo, que se manifestava pelas “cartas recebidas após os programas”.²⁷⁹

Figura 21 – Cenas do programa *Cogito* da *La Cinquième*



Fonte: Frames produzidos com o software *mediascope* durante o visionamento.

A recepção positiva do programa surpreendeu até mesmo os agentes diretamente envolvidos na produção, o diretor Philippe Fréling, afirmou ao jornal *Le Monde*, em meio a sorrisos: “Eu pensava que não seríamos assistidos nem nos conventos”. Tal ceticismo explica-se pela quase inexistência de programas sobre Filosofia na televisão francesa, área “menos midiática do que a História”. O sucesso de *Cogito* ocorreu em paralelo a um outro sucesso, o livro *best-seller O Mundo de Sofia*, de Jostein Gaarder, essa combinação abriu um novo filão na programação da televisão francesa e outras emissoras passaram a apostar na temática. No *Canal Plus*, por exemplo, foi criado o programa *Pas si vite* (Não tão rápido), no qual Michel Field conduzia “os telespectadores do sábado à noite, durante cinco minutos, pelos caminhos da reflexão”.²⁸⁰

A boa recepção de *Cogito* entre o público o qualificou para ser um dos primeiros produtos comercializados em VHS pela *La Cinquième*. Em parceria com a editora Hatier foram lançadas duas fitas, pelo valor de 149 francos. Cada VHS era acompanhado de um livreto compreendendo um comentário, um extrato de um texto original e referências bibliográficas para cada filósofo (quadro 5).²⁸¹

equivalente do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), no Brasil. Cf.: <http://www.education.gouv.fr/cid143/le-baccalaureat-premier-grade-universitaire.html> Acesso realizado em 29 de abril de 2017.

²⁷⁹ *Le Monde*, “Invitation à la philosophie”, Paris, 18 de março de 1996.

²⁸⁰ *Le Monde*, “Invitation à la philosophie”, Paris, 18 de março de 1996.

²⁸¹ *Le Monde*, “Invitation à la philosophie”, Paris, 18 de março de 1996.

Quadro 5 – Episódios do programa *Cogito* lançados em VHS

Volume 1	Volume 2
Platão	Kant
São Thomas de Aquino	Hegel
Descartes	Marx
Pascal	Nietzsche
Spinoza	Freud
Rousseau	Sartre

Fonte: *Le Monde*, “Invitation à la philosophie”, Paris, 18 de março de 1996

Com 26 minutos de duração e exibido quatro dias por semana, a partir das 9h40, *Galilée* era destinado aos estudantes de 11 a 15 anos e tinha como marca principal a linguagem coloquial de seus apresentadores, Cécile Mornat e Stéphane Lavignotte (figura 22). Os dois jovens que apresentavam a atração, em dias alternados, se utilizavam de um tom descontraído para criar um clima de proximidade com os estudantes. No cenário, a cor laranja predominava e a multiplicidade de câmeras colaborava para um ritmo dinâmico. Os comentários eram acompanhados de um fundo musical eletrônico. O programa era composto por duas ou três reportagens consagradas a alguns dos temas escolares, de acordo com o dia da semana: ciência e tecnologia, às segundas-feiras; educação e cidadania, às terças-feiras; universo profissional, às quintas-feiras; geografia e meio-ambiente, às sextas-feiras. O programa ficou no ar entre 15 de setembro de 1997 e 14 de junho de 1999.

Figura 22 – Cenas do programa *Galilée* da *La Cinquième*

Fonte: Frames produzidos com o software *mediascope* durante o visionamento.

“Jules Verne imaginou a televisão, os cientistas a inventaram. *L’œufs de Colomb* narra a pequena história do início modesto de uma revolução técnica”.²⁸² Assim era anunciado, no guia de programação da *La Cinquième*, o episódio de *L’œufs de Colomb* dedicado à televisão (figura 23).

Figura 23 – Cenas de *L’œufs de Colomb* veiculado pela *La Cinquième*



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

A proposta geral do programa era contar a história de objetos cotidianos, mas que desempenhavam um papel fundamental na sociedade. Sob a direção de Philippe Briday e apresentação de Adrien Lacassaigne, o programa, em 13 minutos, abordava histórias como a do relógio, da cama, dos óculos, do carro, e de tantas outras invenções, numa perspectiva de seu desenvolvimento tecnológico e impacto social. *L’œuf de Colomb* usava e abusava de imagens de arquivos, quadro de caracteres, esquemas explicativos e de uma edição bem particular que buscava trazer dinâmica para a narrativa do apresentador. O programa permaneceu no ar até 1997 acumulando mais de 80 episódios inéditos.

Da história da tecnologia para as novidades tecnológicas. *Net plus ultra* era o programa da *La Cinquième* dedicado as atualidades do mundo multimídia. Composto por reportagens e breves comentários de seu apresentador, Grégoire Boutet (ao longo da primeira temporada de junho de 1996 a março de 1997), substituído por Marie Montuir a partir de 05 de março de 1997 (figura 24).

Figura 24 – Episódio de *Net Plus Ultra*

²⁸² Les magazines des programmes, “Histoires de télévision », 04 de fevereiro de 1995. p.18



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

Produzido pela Gédéon, o programa demorou para conquistar seu espaço na grade de programação da *La Cinquième*. Em matéria publicada pelo *Le Monde*, Nathalie Darrigrand, editora da área de educação, comenta que: “levou tempo para convencer a direção que o cyber merecia uma faixa semanal de 26 minutos”. Ainda de acordo com o jornal, o “orçamento é de 180 mil francos por episódio: nada de extravagante, mas adequado para propor a cada semana reportagens externas, algumas delas no exterior”. De início o programa também sofreu para “encontrar repórteres, familiarizados ao mesmo tempo com a linguagem televisiva e confortáveis com o cybespaço”. O editor-chefe, Jérôme Tournier admite que há contratados de todos os tipos no programa: “Nós empregamos pessoas vindas da imprensa escrita que aprenderam a fazer televisão, e profissionais da imagem que descobriram a Internet por eles mesmos e queriam usar suas câmeras para mostrar aos outros”. Consolidado, após duas temporadas, o programa não possuía similares internamente, de acordo com Nathalie Darrigrand: “*Net plus ultra* supre às nossas necessidades”.²⁸³

Mas não foi apenas a *La Cinquième* que apostou alto no educativo não-instrucional, o Canal Futura também incorporou em sua programação uma multiplicidade de programas do mesmo tipo. Assim como na *La Cinquième* tais programas apesar de estarem e buscarem um diálogo constante com os estudantes e com os professores, em seu formato, não carregavam uma obrigação instrucional, o que ampliava a sua audiência a outros públicos. Entre os principais programas educativos não-instrucionais veiculados pela emissora carioca destacamos: *Alô, Vídeo Escola, Aventuras no Arquivo C, Futura Ecologia, Globo Ciência, Globo Ecologia, Nota 10*.

²⁸³ *Le Monde*, « Net plus ultra: marier spectacle et pédagogie », Paris, 16 de março de 1998.

O *Alô, Vídeo Escola* era o resultado prático da junção entre o núcleo de teledramaturgia e “uma coleção de 470” vídeos educativos – em formatos diversos, como ficção, animação, documentário, reportagem – que já atendia “cerca de 20 mil escolas” pelo projeto *Vídeo Escola* (1989) da Fundação Roberto Marinho.²⁸⁴ O ator Pedro Paulo Rangel era uma das atrações, ao lado da atriz Stela Freitas, que interpretava uma telefonista que atendia crianças e jovens que buscavam aprender mais com ajuda dos vídeos (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.176).

Uma outra parte considerável dos programas educativos não-instrucionais exibidos no Canal Futura derivava diretamente das produções da Rede Globo. Era o caso de atrações como *Globo Ciência* e *Globo Ecologia*. Exibidos de forma inédita nas primeiras horas das manhãs de sábado da Rede Globo eram reprisados no Canal Futura. Além disso, os arquivos dos dois programas serviram para a criação de duas atrações próprias. *Aventuras no Arquivo C* e *Futura Ecologia*. “Apresentado por Jaime Leibovitch, Leandra Leal, Patrick de Oliveira e Georgiana Góes”, *Aventuras no Arquivo C* “destaca a aplicação prática do conhecimento e estimula o telespectador a se aventurar pelo mundo da ciência e da tecnologia” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.178). Já o *Futura Ecologia*, com apresentação de Danton Melo, “mostra iniciativas de preservação do meio ambiente. O telespectador aprende sobre os danos do desperdício de lixo, água e energia, conhece iniciativas de desenvolvimento sustentável e lugares que são verdadeiros santuários ecológicos” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.190).

Esse reaproveitamento da programação educativa da Rede Globo pelo Futura foi uma das tônicas da trajetória da emissora carioca e revela as relações de dependência e proximidade entre as emissoras. Mas nem apenas de reprises e reaproveitamentos vivia o Canal Futura.

A partir de seu segundo aniversário, com o intuito de estreitar a sua relação com alunos e professores da educação básica, o Canal Futura estreou, no ano de 1999, o programa *Futura na sala de aula*. Ao todo foram 75 episódios com o objetivo de “facilitar o uso da programação do Futura como ferramenta para a relação de ensino e aprendizagem”. O programa era apresentado por Bruno Garcia e Malu Galli, que ao longo de 1 hora 20 minutos comentavam as atividades sugeridas, e as exemplificavam, a partir dos trechos mais diversos da programação do Futura. Para

²⁸⁴ Revista Futura, nov./dez. 1997, p.22.

cada bloco do programa “um segmento do ensino: educação infantil, ensinos fundamental e médio” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.190).

Ao compararmos as grades de programação da *La Cinquième* e do Canal Futura dedicada à educação é possível traçarmos um quadro interessante de similaridades e diferenças. No âmbito das similaridades é possível perceber que as formas tradicionais do uso da televisão para a educação, ligadas sobretudo ao gênero educativo instrucional, foram muito exploradas nos cursos de língua estrangeira e no *Les amphis de La Cinquième*, no caso da emissora francesa, e nos *Telecursos* e no *Via TV*, no caso da emissora brasileira.

Mas há também diferenças consideráveis, sobretudo no que se refere as ênfases escolhidas, que dialogam muito com a necessidade educacional de cada um dos países. Essas diferenças se acentuam, sobretudo, quando verificamos, por um lado, a total ausência de cursos de língua estrangeira no Canal Futura (à exceção das teleulas regulares de inglês do *Telecurso*) e de outro, a inexistência de cursos supletivos na *La Cinquième*. Tem-se aqui um exemplo de como a programação das emissoras articulava-se com os problemas específicos de cada um dos países. Na França, a preocupação da inserção da comunidade europeia, fazia com que a *La Cinquième* buscasse fornecer aos seus telespectadores uma gama variada de cursos de língua estrangeira. Preocupação inexistente no Canal Futura, ao menos em termos de programação veiculada. Em outras palavras, a aprendizagem de línguas estrangeiras não seria objeto de preocupação da emissora carioca, que demonstra, por meio de seus programas, estar muito mais preocupada com o acesso à educação básica e profissional via *Telecursos*.

Diferenças que se aprofundam também na ausência de programas ligados às temáticas universitárias, no formato de *Les Amphis de La Cinquième*. Ainda que tal programa ocupasse um horário marginal na grade de programação, a sua existência demonstrava uma tentativa de articulação entre a emissora e o campo intelectual para a difusão do conhecimento acadêmico. Participação que existe no Futura, mas de uma forma mais coadjuvante, na figura de especialistas, em quadros e reportagens, para explicar determinados assuntos.

Pela variedade de gêneros, formatos e temáticas, não há dúvida de que a faixa de horário *Les écrans du savoir* constituiu-se como o principal espaço dos programas educativos não-instrucionais na grade da *La Cinquième*. A maioria de seus programas, à exceção daqueles de línguas estrangeiras, apesar de estarem

diretamente ligados à temática educativa e ao ensino básico, escapavam do formato tradicional da teleaula e foram produções pensadas exclusivamente para a nova realidade do telespectador. Já no Canal Futura, há limites para essa renovação, sobretudo pelo espaço representativo ocupado pelos *Telecursos* e por programas já consagrados na Rede Globo, como o *Globo Ciência* e o *Globo Ecologia*. O esforço do canal ficou restrito a reutilizar parte desse conteúdo como matéria-prima de uma nova proposta no caso da *Aventuras do Arquivo C* e *Futura Ecologia*.

Por outro lado, havia no Canal Futura uma disposição mais clara de falar diretamente aos professores, pais e interessados sobre o tema educação. O que ficou demonstrado com a existência do *Futura na Sala de Aula*, reforçando mais uma vez a preocupação com a situação da educação básica brasileira. Se tal característica já apareceu, ainda que de forma contida, na categoria educação, ao analisarmos a relação entre informação e conhecimento veremos tais características tornarem-se ainda mais demarcadas.

4.2 Informação e conhecimento

Para além de educar a *La Cinquième* e o *Canal Futura* também tinham a missão de informar. Por isso, a informação recebeu grande destaque na programação das duas emissoras no decorrer de suas trajetórias. Pode-se afirmar que a informação trata-se de uma categoria elaborada essencialmente por um tipo de profissional, os jornalistas. São esses agentes que têm a missão de informar os telespectadores sobre o mundo (BOURDON, 2011, p.21). Entre os gêneros que mais se destacam dentro dessa categoria temos: o telejornal, o debate, a entrevista, a revista, o documentário e a informação prática.

Os telejornais se fizeram presentes tanto na *La Cinquième* quanto no *Canal Futura*, ainda que de formas distintas. Diferentemente das outras emissoras generalistas, a *La Cinquième* demorou para apostar em um telejornal, e quando o fez, optou por um programa temático, voltado à saúde. No Futura, o escopo era maior, englobando “educação, saúde, mercado de trabalho, comportamento e meio-ambiente” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.194).

Le journal de la santé estreou na grade da *La Cinquième* em no dia 26 de janeiro de 1998. O novo programa trazia em sua bancada, um velho conhecido da casa, o médico e jornalista Michel Cymes, responsável pelos programas da área de saúde desde a criação da emissora, tais como *Qui vive* e *Attention santé*. Cymes

dividia a bancada, com a igualmente médica e jornalista, Marina Carrère d'Encausse. *Le journal de la santé* era transmitido de segunda à sexta-feira, ao vivo, a partir das 13h15, e tinha por objetivo “decifrar os mistérios do corpo e superar nossas lacunas médicas”. A atração foi programada para ser exibida logo após os telejornais das 13h00 da *TF1* e *France 2*. Segundo o apresentador: “No jornal das 13 horas, o jornalista não tem tempo para fazer um contraponto, se não ele omite o factual. Nosso papel é explicar os termos científicos, traduzir as informações”, por esse motivo ele convida a todos os telespectadores a juntar-se ao *Le journal de la Santé*, logo após as notícias (figura 25).²⁸⁵

Figura 25 – *Le journal de la santé*



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

Mas o *Le journal de la santé* só se tornou possível graças ao sucesso do programa precedente, *Qui vive*. O primeiro programa apresentado por Michel Cymes, na *La Cinquième*, que também se ocupava do cotidiano da área médica. O programa, de 26 minutos de duração cada edição, articulava reportagens com a participação de convidados no estúdio (figura 26).

No número de lançamento do guia de programação da *La Cinquième*, *Qui vive* foi anunciado com o uso de analogias médicas: “de segunda a sexta-feira a *La Cinquième* prescreve 13 minutos diários de medicina acessível a todos. Tanto medical como social, o programa batizado *Qui vive* ausculta esta semana as primeiras palpitações do ser humano”.²⁸⁶

Figura 26 – Episódio de *Qui vive*

²⁸⁵ *Le Figaro*, « La santé en direct », Paris, 02 de fevereiro de 1998.

²⁸⁶ LA CINQUIÈME, Les Magazines des programmes, 1994.



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

O Canal Futura investiu em três telejornais com produção própria para sua estreia, o *Jornal Futura*, o *Sala de Notícias* e o *Nota 10*. De acordo com a chefe de redação, Vanessa Sá: “A intenção é que os programas tenham linguagem coloquial, sejam didáticos e ofereçam prestação de serviços”. E apesar de equipes independentes, buscou-se uma identidade: “a de difundir o conhecimento, por meio de uma linguagem moderna, dinâmica e acessível ao público em geral”.²⁸⁷

O carro-chefe desta proposta era o *Jornal Futura*. Com apresentação da jornalista Helena Lara Resende, ex-repórter da Rede Globo, o programa veiculado de segunda a sexta-feira às 22h30, ao vivo, abordava “os temas de maneira mais detalhada, com matérias longas e elaboradas, procurando tratar os assuntos de forma mais reflexiva (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.194). Antes mesmo de sua inauguração o diretor Flávio Rocha exemplificava como seria a forma de abordagem das notícias pelo telejornal: “Se já estivéssemos no ar, a notícia sobre a morte da Lady Di, por exemplo, teria sido comentada com informações sobre a monarquia parlamentarista e a posição geográfica do País de Gales”. Helena Lara Resende estava otimista para os resultados do programa: o *Jornal Futura* “é amplo. Vai interessar, não só aos estudantes e professores, como ao público em geral”.²⁸⁸

E foi com essa perspectiva expandida de educação que o telejornal tratou de múltiplos temas. Em setembro de 1998, por exemplo, às vésperas da eleição presidencial, o telejornal abriu um espaço diário de 15 minutos para cada um dos candidatos comentarem seus projetos para a área de educação.²⁸⁹ No dia 29, terça-feira, a entrevista foi com Lula e, no dia seguinte, encerrando a série de conversas o então presidente e candidato à reeleição, Fernando Henrique Cardoso.²⁹⁰ Em

²⁸⁷ *Jornal da Tarde*, “A notícia a serviço do ensino”, São Paulo, 20 de setembro de 1997.

²⁸⁸ *O Dia*, “Dinâmica e interessante”, Rio de Janeiro, 21 de setembro de 1999.

²⁸⁹ *Jornal do Brasil*, “Mais educação”, Rio de Janeiro, 03 de setembro de 1998.

²⁹⁰ *Jornal do Brasil*, Lance-Livre, Rio de Janeiro, 25 de setembro de 1998.

novembro de 1999, o *Jornal Futura* produziu três edições especiais para tratar da crise da FEBEM, as edições foram levadas ao ar entre os dias 09 e 11.²⁹¹

A edição do *Jornal do Futura* do dia 18 de outubro de 2002 revela que o programa manteve ao longo da trajetória inicial da emissora a sua estrutura inicial, incluindo o comando dos programas nas mãos de Helena Lara Resende. Ao longo da edição foram veiculadas quatro reportagens: a primeira delas, realizada por Regina Santos sobre a questão do emprego; Na sequência foi a vez da repórter Adriana Lévis tratar dos direitos do consumidor; a terceira reportagem, produzida por José Luis Filho, tratava sobre deficientes visuais praticantes de esporte; e por fim a reportagem de Simone Giacometti, com imagens da TV Paranaense, sobre um projeto de educação no estado do Paraná. A edição ainda recebeu o economista Andre Urani que teceu comentários sobre a primeira reportagem diretamente da bancada do jornal. Colaboraram nesta edição: Ligia Mostaza (SP) e Patrícia Costa (RJ), chefes de reportagem; Patrícia Cabral na edição; Bia Falbo como editora-chefe e Cristiane Ballerini na direção de jornalismo.²⁹²

O segundo jornalístico do Canal Futura era o *Sala de notícias*. O programa discutia e aprofundava “reportagens de destaque na mídia a partir do acervo da Globo e da CNN”. Com apresentação de Lilian Fernandes, o programa contava com “entrevistas, matérias e reflexões sobre os temas”. Um dos objetivos do *Sala de Notícias* era o de traduzir e contextualizar “as notícias que têm impacto na vida do grande público” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.207).

A terceira atração jornalística prevista para a estreia do Canal Futura era o *Nota 10*. Com duração de aproximadamente 13 minutos, o programa tinha como público-alvo educadores em geral e pais. Em sua primeira temporada era veiculado de segunda a sexta em dois horários às 07h15 e às 17h30 e, aos sábados, às 15h30 (figura 27). Entre os objetivos do programa estava o de “apresentar experiências educacionais bem-sucedidas de várias partes do país tanto para os pais aplicarem em casa como para educadores desenvolverem na escola”.²⁹³ “Cada programa apresenta um tema como fio condutor, explorando sob diversos pontos de vista”, ao todo foram 601 episódios levados ao ar (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.198).

²⁹¹ O *Globo*, “Futura retrata a crise na Febem”, Rio de Janeiro, 07 de novembro de 1999.

²⁹² Programa visionado pelo autor da sede do Canal Futura.

²⁹³ *Revista Futura*, nov./dez de 1997, n.01, p.30.

Figura 27 – Cenas do programa *Nota 10*



Fonte: adaptado pelo autor a partir de fragmento audiovisual coletado no site *Vimeo*.²⁹⁴

O programa era apresentado, inicialmente, pela atriz Leticia Sabatella (figura 16). A diretora de novos projetos do Futura, Jacqueline Cantore comenta sobre o desempenho da atriz: “A minha grande preocupação é a credibilidade. A Leticia Sabatella é mãe e esse foi um dos motivos pelo qual foi escolhida para apresentar o *Nota 10*. A gente assiste ao programa e vê que ela sabe do que está falando”. A atriz também comentou sobre a possibilidade de gravar o programa: “A maternidade me ajuda. Não reproduzo simplesmente um texto. Vejo as reportagens de maneira crítica, estou sempre analisando, julgando. Algumas delas são realmente emocionantes, me envolvo”.²⁹⁵ O *Nota 10* abordava assuntos ligados às experiências educacionais de sucesso. Em 1998, por exemplo, o programa veiculou uma série sobre o uso dos computadores em sala de aula.²⁹⁶ Após a saída de Sabatella, assumiu a condução do programa a atriz Maria Ribeiro.

Da informação ao debate. As mesas-redondas se fizeram presentes. Um cenário sóbrio, um apresentador eloquente, convidados em torno de uma mesa. Os programas de debate ocuparam um importante espaço sobretudo na grade de *La Cinquième*. O gênero permitia explorar uma multiplicidade de temas. A *La Cinquième*, por exemplo, utilizou suas mesas-redondas para discutir sobre a mídia, com *Arrêt sur images*; sobre os esportes, em *Le sprit du sport*, e sobre a literatura, com *Droit d’auteurs*.

Arrêt sur images foi um dos programas de maior sucesso da *La Cinquième*, dado atestado por sua longevidade, já que o programa entrou no ar ainda no ano de 1995 e permaneceu na grade de programação da emissora até o ano de 2007,

²⁹⁴ Disponível em: <https://vimeo.com/116024107> Acesso realizado em: 14 de junho de 2017.

²⁹⁵ *O Globo*, « *Apostando juntos no Futura da Net* », Rio de Janeiro, 21 de setembro de 1997.

²⁹⁶ *O Globo*, « *Série de TV mostra o papel do micro em sala de aula* », Rio de Janeiro, 31 de agosto de 1998.

resistindo, inclusive, às drásticas mudanças ocorridas entre os anos de 2001 e 2002 quando a *La Cinquième* se tornou *France 5* (figura 28).

Figura 28 – Cenas do programa *Arrêt sur images* da *La Cinquième*



Fonte: Frames produzidos com o software *mediascope* durante o visionamento.

Arrêt sur images era um programa dedicado ao debate sobre a cobertura televisiva. Apresentado pelo jornalista Daniel Schneidermann, que durante três anos assinou uma coluna no jornal *Le Monde* sobre televisão, e por sua colega de profissão Pascale Clark, ex-apresentadora do programa *Europe Nuit* no canal por assinatura *Europe 1*. *Arrêt sur images* inaugurou na televisão francesa um tipo de programa que cairia no gosto do telespectador, a proposta era discutir na televisão a própria televisão e os seus mecanismos como meio de comunicação.

O *Arrêt sur images* nasceu a partir da proposta de Jean-Marie Cavada a Daniel Schneidermann de pensar um programa dedicado à “leitura das imagens”, algo que o jornalista já realizava em sua coluna semanal do *Le monde*. Sob a direção de Maurice Dugowson, antigo diretor de *Droite de réponse*, o programa era veiculado todos os sábados com uma reprise ao longo da semana. Cada episódio de *Arrêt sur images* tinha 52 minutos de duração, bem diferente da maioria dos programas da emissora, que adotaram os formatos de 13 ou 26 minutos. Daniel Schneidermann defendeu que o seu programa respondia “a uma necessidade cívica”.²⁹⁷ O programa não se restringia as notícias francesas. Um exemplo foi o primeiro bloco do programa veiculado no dia 06 de abril de 1997, que tratou da cobertura da televisão francesa – destacadamente dos telejornais da *TF1* e da *France 2* – sobre o caso brasileiro conhecido como “Favela Naval”.

Com *L'esprit du sport*, os esportes estavam presentes na grade da emissora. O jovem apresentador Cyril Viguier recebia em estúdio seus convidados para

²⁹⁷ *Le Magazine des programmes de La Cinquième*, 11/02/1995, p.06-08.

relembrar e debater momentos importantes da história do esporte. O programa contava com a participação de atletas do passado e de outros convidados que apreciavam e acompanhavam modalidades esportivas (figura 29).

Figura 29 – Episódio de *L'esprit du sport*



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

O episódio que foi ao ar no dia 26 de abril de 1995 contou com a presença do célebre jornalista Bernard Pivot, famoso pelo comando do programa *Apostrophes*, entre os anos de 1975 e 1990, à época era apresentador do *Bouillon de Culture*, na *France 2*. Intimamente ligado ao mundo intelectual, Bernard Pivot compartilhou com os demais convidados de Cyril Viguier sua paixão pelos esportes relembrando momentos que marcaram sua vida.

E *L'esprit du sport* não foi o único programa dedicado ao tema dos esportes, a proximidade da realização da Copa do Mundo de futebol motivou a criação de um programa específico, *La planète ronde* (Planeta bola). Sob a coordenação de Jean-François Doisne e Dominique Grimault o programa contou com mais de 30 episódios divididos em três grandes eixos, o primeiro dedicado às 15 copas do mundo já realizadas, o segundo sobre as oito grandes potências do futebol, entre elas: Brasil, Itália, Alemanha, Inglaterra, Holanda e França. E o terceiro eixo, com 10 episódios, sobre as cidades-sede da Copa: Paris, Saint-Denis, Lens, Nantes, Bordeaux, Toulouse, Montpellier, Marseille, Lyon e Saint-Etienne.²⁹⁸

Em torno de uma mesa os jornalistas Stéphane Paoli e Maxime Bosis recebiam outros quatro convidados, um deles ex-jogador participante de alguma das copas. O programa exibia momentos marcantes da competição, além de trazer para

²⁹⁸ *Les magazines des programmes*, « Culture foot », 25 de outubro de 1997.

a discussão perspectivas da história, da geografia e da economia para compreender um fenômeno social tão complexo quanto o futebol (figura 30).²⁹⁹

Figura 30 – Cenas do programa *La planète ronde*



Fonte: adaptado pelo autor a partir de vídeo do site Youtube.³⁰⁰

Em seu episódio de número 23, veiculado às 14 horas do dia 05 de abril de 1998, *Planète ronde* analisou o futebol brasileiro, com reportagens que abordaram da paixão pelo futebol às principais conquistas da seleção nacional. O programa contou com a participação em estúdio do jogador Raí, tetracampeão mundial, ainda atleta do Paris Saint-Germain voltaria ao futebol brasileiro no mês seguinte. No programa, além de comentar a trajetória do futebol brasileiro, Raí foi tema de uma reportagem que cruzou o seu perfil com o de seu irmão Sócrates, que defendeu a seleção brasileiro nos anos 1980.³⁰¹

Droit d'auteurs era o encontro semanal da emissora com o mundo dos escritores. Apresentado por Frédéric Ferney, cada episódio possuía 52 minutos, com exibição inédita aos domingos, às 11 horas. O programa tinha a dinâmica de confrontar três autores com três leitores de suas obras – geralmente personalidades do mundo político e artístico (figura 31).

Droit d'auteurs utilizava-se de um formato consagrado na televisão francesa, tradição inaugurada com o já citado *Apostrophes* de Bernard Pivot, mas à diferença de seus concorrentes o programa também trazia à cena a figura do leitor. Uma aposta não apenas na discussão do livro, mas na experiência da leitura. Um desafio aceito por Frédéric Ferney: “Eu amarei verificar se é possível transmitir a paixão da

²⁹⁹ *Les magazines des programmes*, « Culture foot », 25 de outubro de 1997.

³⁰⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BcYi869lcCc> Acesso realizado em: 20 de junho de 2017.

³⁰¹ Disponível em: [http://inatheque.ina.fr/doc/TV-RADIO/TV_996697.018/\[Terre+de+foot+:+le+Br%C3%A9sil\]?rang=8](http://inatheque.ina.fr/doc/TV-RADIO/TV_996697.018/[Terre+de+foot+:+le+Br%C3%A9sil]?rang=8) Acesso realizado em: 21 de junho de 2017.

escrita pela televisão. O projeto é exigente, mas eu prefiro me lamentar pelo que eu fiz do que por aqui não fiz”.³⁰²

Figura 31 – Episódio de *Droit d’auteurs*



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

E o programa obteve resultados positivos junto ao público, em carta enviada ao *Le Monde*, em abril de 2000, o telespectador Martine Guillot manifestava sua admiração pelo programa e sua insatisfação com a imprensa pelo pouco destaque dado a atração. Com elogios à atuação do apresentador Frédéric Ferney, que conseguia unir “leveza e seriedade”, o telespectador destaca a “boa ideia” de unir leitores e autores. Ao final de sua mensagem “alfineta” também os outros programas que acabam recebendo destaque maior: “Ouvimos falar tanto de Bernard Pivot e o seu *“Bouillon de culture”*. Exagero?”. E encerra dizendo que sua mensagem tinha apenas o intuito de “sublinhar o bom desempenho” de *Droit d’auteurs* que consegue despertar o “prazer de ler” sem “dores de cabeça”.³⁰³

O Brasil também foi representado no *Droit d’auteurs*. O episódio do dia 24 de março de 1996, diretamente do Salão do Livro de Paris, dedicado a discutir sobre livros *best-seller*, contou com a presença do escritor brasileiro Paulo Coelho. Participaram ainda do programa os autores Pierre Assouline e Nicholas Evans, que assim como o autor de “O Diário de um Mago” (“*Le Pèlerin de Compostelle*”, na edição francesa), também tiveram suas obras discutidas pelo apresentador Frédéric Ferney e comentadas pelos leitores convidados.³⁰⁴

Havia, também, na *La Cinquième* e no Futura, programas que mesclavam os gêneros. O francês *Le sens de l’histoire* unia debate e documentário. O brasileiro *Cine Profissões*, seguindo a mesma lógica, mas gêneros diferentes, juntava o

³⁰² *Le Monde*, « Le tourbillon d’un dilettante », Paris, 09 de fevereiro de 1996.

³⁰³ *Le Monde*, « Et “Droit d’auteurs”? », Paris, 24 de abril de 2000.

³⁰⁴ Dados extraídos a partir do visionamento do episódio na *Inathèque* em Lyon.

debate à exibição de um filme. Em *Le sens de l'histoire*, durante aproximadamente duas horas, ao final das tardes de domingo, os telespectadores podiam acompanhar um debate sobre os principais temas da história contemporânea. O programa dividia-se entre a exibição de um documentário histórico e uma discussão diretamente do estúdio, comandada por Jean-Luc Hess, com a presença de personalidades que testemunharam os eventos em questão e especialistas no tema, notadamente historiadores.

Os documentários, cada um com aproximadamente 52 minutos de duração, eram veiculados na primeira parte do programa. Segundo François Lanzenberg, editor da área de história: “o documentário” tinha por objetivo ilustrar “o assunto, mas o interesse principal do programa” vinha “da qualidade dos participantes”.³⁰⁵ O programa do dia 06 de julho de 1997, por exemplo, contou com a presença de Raymond Aubrac e Lucie Aubrac para um debate sobre o período da resistência francesa durante a Segunda Guerra Mundial. O casal respondeu pacientemente às questões de Jean-Luc Hess e dos jovens que acompanhavam o programa na plateia do estúdio (figura 32).

Figura 32 – Episódio da primeira temporada de *Le sens de l'histoire*



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

Le sens de l'histoire teve uma vida longa na grade de programação da *La Cinquième*, mas não sem passar por algumas mudanças. O apresentador Jean-Luc Hess, por exemplo, comandou o programa pela última vez no dia 13 de junho de 1999. Na volta às aulas e início da nova temporada. A partir de 12 de setembro de do mesmo ano o programa passou a ser apresentado pela jornalista Séverine Labat. Apesar das alterações, manteve o formato consolidado, modificando apenas os elementos visuais e do cenário: como a mesa central de vidro substituída por

³⁰⁵ *Le magazine des programmes de La Cinquième*, 06 mai 1995, p.31.

poltronas. E novos elementos cenográficos, como uma grande porta talhada com motivos que remetem à História Antiga (figura 33).

Figura 33 – Cenas de episódio da quinta temporada de *Le sens de l'histoire*



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

Raymond Aubrac esteve novamente no programa nessa segunda fase, em 19 de setembro de 1999, na companhia de Pierre Albert. No episódio, foi veiculado o documentário “Le plomb, l’encre et la liberté”, sobre a imprensa clandestina durante o período de ocupação nazista da França.³⁰⁶

Se a *La Cinquième* utilizou a mescla de gêneros para criação de um programa sobre a história, o Canal Futura o fez para tratar do mundo do trabalho. O *Cine Profissões*, sob o comando do videomaker Tadeu Jungle, apresentava semanalmente, sábado às 16h30 e domingo às 22h30, um debate sobre uma profissão diferente, ilustrado pela exibição de um longa-metragem pertencente ao acervo da *Turner Broadcast System*, parceira do canal. A exibição do filme era dividida em partes entremeadas com a discussão em estúdio, onde os participantes, profissionais e estudantes da carreira em questão, respondiam às perguntas do apresentador. Criado à época do surgimento do Futura, em toda sua trajetória foram produzidos e exibidos 101 episódios (figura 34).³⁰⁷

O Canal Futura justificou a produção do *Cine profissões* a partir de um diagnóstico específico da realidade do mundo do trabalho:

Um dos temas mais importantes para o jovem brasileiro é a formação profissional. Importante porque é nela que esse jovem aposta as fichas de seu futuro. Além das dificuldades naturais da escolha da profissão certa – dúvida que não raro se transforma em pesadelos ou noites de insônia – há fatores complicadores de própria conjuntura econômica, como nível salarial, oferta de postos de trabalho, etapas

³⁰⁶ *Le magazines des programmes de La Cinquième*, semaine 38, p.11.

³⁰⁷ *O Globo*, “Para as TVs a cabo e aberta”, Rio de Janeiro, 17 de agosto de 1997.

para a formação profissional, cursos, características de profissão, etc.³⁰⁸

Entre os filmes e as profissões apresentadas estão: *Goodbye, Mr. Chips* utilizado para discussão sobre a profissão de ator, o programa contou com a participação de Raul Cortez, que havia encerrado há alguns meses sua atuação, como Geremias Berdinazzi, na telenovela *O Rei do Gado* e falou sobre sua experiência no teatro, no cinema e na televisão.³⁰⁹ Já para apresentar a profissão de jornalista o longa exibido foi *Todos os homens do presidente* de Alan Pakula.³¹⁰ Em meados do mês de maio de 1999, estreando novo cenário, o destaque foi o filme *Esta noite ou nunca* para tratar da profissão de secretária.³¹¹ O *Cine Profissões* foi retirado da grade do Canal Futura em 2002.³¹²

Figura 34 – Cenas do programa *Cine Profissões* do Canal Futura



Fonte: Frames produzidos pelo autor a partir de fotografias no instante do visionamento.

Com *Le sens de l'histoire* e *Cine Profissões*, a *La Cinquième* e o Futura buscaram diversificar a fórmula tradicional do gênero debate, por meio da exibição de filmes e documentários. Nos dois casos, buscou-se aglutinar a capacidade reflexiva do debate, que apresenta visões distintas sobre o mesmo tema e o poder evocativo da narrativa fílmica. Observamos aqui uma primeira distinção entre as emissoras. Enquanto a *La Cinquième* optou pela utilização de documentários, o Futura escolheu o longa-metragem de ficção. A decisão final por cada um dos gêneros documentário/ficção tem uma relação direta com a maneira que cada uma das emissoras dialoga com seu público. Em *Le sens de l'histoire*, a escolha pelo

³⁰⁸ *Revista Futura*, "Cine Profissões", n.1, p.24

³⁰⁹ *Jornal do Brasil*, "Veja também", Rio de Janeiro, 28 de setembro de 1997.

³¹⁰ *Veja* (Rio), "TV por assinatura", Rio de Janeiro, 24 de setembro de 1997.

³¹¹ *O Globo*, "O duro cotidiano das secretárias", Rio de Janeiro, 16 de maio de 1999.

³¹² *O Globo*, "O papo dela agora é cinema", Rio de Janeiro, 25 de agosto de 2002.

gênero documentário parece estar diretamente relacionada à própria temática do programa, à história e ao regime de verdade que tal narrativa teria a capacidade de instaurar. O documentário seria o ponto de partida e de legitimação para a discussão que ocorreria na sua sequência, daí a necessidade de sua exibição na íntegra, sem cortes. Diferentemente do *Cine profissões*, no qual a inserção do filme de ficção é uma forma de atrair a audiência dos jovens, que estão em vias de decidir que profissão seguir. O filme é uma isca e serve como ilustração e, muitas vezes, como uma romantização da profissão debatida. Devido a esse objetivo, têm-se a necessidade de fatiar o filme entre os blocos de debate. Desse modo, diferentemente de *Le sens de l'histoire* e sua exibição dicotômica entre documentário/debate, *Cine Profissões* busca criar uma dinâmica única ao programa, recheando as camadas do programa com a narrativa fílmica.

No Canal Futura, o principal programa de entrevistas era o *Umas palavras*. Apresentado por Bia Fonseca Corrêa do Lago conta com a participação das “maiores personalidades da literatura e da música brasileiras, muitas vezes recebendo também convidados internacionais como José Eduardo Agualusa, Mia Couto, Mário de Carvalho e Jostein Gaarder. As entrevistas ressaltam a maneira como cada um produz seus trabalhos, revelando a relação que os autores travam com as infinitas possibilidades da Língua (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.215).

O gênero revista é um dos grandes coringas na grade de programação das emissoras e transita com muita facilidade entre a informação e o entretenimento. José Carlos Aronchi de Souza (2004, p.130), por exemplo, ao mesmo tempo que classifica o gênero como parte da programação de entretenimento da televisão brasileira afirma:

A formatação do gênero revista é muito parecida com a dos programas de jornalismo e variedades, tendo como diferencial a postura mais comprometida com a categoria informativa do que com a de entretenimento. Um ou dois apresentadores tem sido a fórmula mais utilizada nas revistas eletrônicas, termo que define ainda mais o caráter informativo do gênero, normalmente formatado como um telejornal, com reportagens, prestação de serviços, entrevistas, comentaristas e, para descontrair, artes, espetáculo e lazer.

Por essas características optamos por analisar as revistas produzidas pela *La Cinquième* e pelo Canal Futura naquilo que tange a sua relação entre informação e

conhecimento. Entre os diversos programas do gênero produzidos pela emissora educativa francesa, destacamos: *Business humanum est*, *Gaïa*, *Pi = 3,14...* e *Mag 5*. No Canal Futura, programas como *Brava Gente Brasileira*, *Boa Notícia* e *Tirando de Letra* podem ser classificados como os principais representantes do gênero. Os programas escolhidos contaram com uma duração razoável na grade de programação além de cobrir uma ampla variedade temática, indicando que as preocupações informativas das duas emissoras não estavam restritas à educação, mas chegavam a outros campos como os da economia e da tecnologia.

Business humanum est foi um programa de economia, veiculado três vezes por mês, em episódios de 52 minutos. Apresentado por Thomas Hervé, o programa abordava diferentes setores da economia, com reportagens sobre a realidade de trabalho específica de uma fábrica, empresa, comércio, etc., que buscavam apresentar todos os envolvidos na atividade, desde os altos dirigentes, passando pelos funcionários altamente especializados até os trabalhadores do “chão de fábrica” (figura 25).

Figura 35 – Cenas do programa *Business humanum est*



Fonte: Frames produzidos com o software *mediascope* durante o visionamento.

Outro destaque da grade de inauguração do Canal Futura era o programa *Brava Gente Brasileira*, apresentado por Stênio Garcia.³¹³ Com duração de 30 minutos o programa era exibido, inicialmente, aos sábados às 22h.³¹⁴ E tinha por objetivo mostrar “exemplos bem-sucedidos de comunidades do país que lutam para superar seus problemas” (figura 36).³¹⁵

Seu título forte, em referência direta aos versos do Hino da Independência, reforçava imagem da iniciativa popular frente às adversidades e na busca por

³¹³ *O Dia*, Rio de Janeiro, 13 de setembro de 1997.

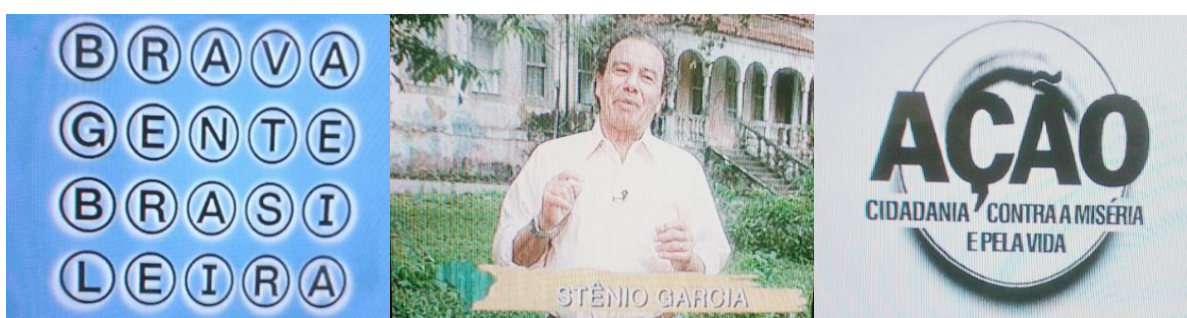
³¹⁴ *Revista Contigo*, “Televisão Nota 10”, São Paulo, 30 de outubro de 1997.

³¹⁵ *O Dia*, Rio de Janeiro, 13 de setembro de 1997.

soluções criativas. O diretor Claufe Rodrigues ressalta a sua preocupação com um apuro técnico e de qualidade na produção, mas sem perder de vista o conteúdo do programa:

Existe um número enorme de comunidades pelo Brasil que se organizam e desenvolvem programas comunitário que vão desde a alfabetização de idosos à montagem de creches. [...] Essa solidariedade é o tema central do programa. Temos um trabalho gráfico lindo, sem prejuízos para os depoimentos das pessoas. Não queremos perder o clima brasileiro.³¹⁶

Figura 36 – Cenas do programa *Brava Gente Brasileira* do Canal Futura



Fonte: Frames produzidos pelo autor a partir de fotografias no instante do visionamento.

A escolha do ator Stênio Garcia pela equipe de produção também reitera a imagem pretendida para o programa. O *Jornal da Tarde* destacou a participação do ator na programação do Canal Futura:

Stênio Garcia agora é pago para estudar. Especialista na criação de tipos populares, o ator comanda no Futura o programa *Brava Gente Brasileira*, que mostra como as comunidades resolvem seus problemas educacionais e sociais. Stênio está aproveitando bem o laboratório intensivo de realidade. Outro dia, ele se emocionou bastante, ao conhecer um dos meninos sobreviventes da chacina de Vigário Geral”.³¹⁷

O episódio sobre Vigário Geral a qual o jornal se refere foi ao ar no início do mês de outubro de 1997 e apresentou as “experiências da comunidade na área cultural”.³¹⁸ O jornal ressalta ainda uma das características marcantes da atuação profissional de Stênio Garcia a identificação com “tipos populares”. Imagem que o próprio ator gostava de cultivar: “Nos papéis que interpretei, sempre procurei me

³¹⁶ O *Globo*, “A sala de aula inteligente”, Rio de Janeiro, 22 de setembro de 1997.

³¹⁷ *Jornal da Tarde*, “Estudo de campo”, São Paulo, 30 de setembro de 1997.

³¹⁸ O *Globo*, “Brava Gente Vigário Geral”, Rio de Janeiro, 05 de outubro de 1997.

caracterizar como o típico homem brasileiro. Por isso, o público se identifica com meus personagens”.³¹⁹ Com uma carreira de longa data, à época de sua chegada ao Futura, o ator já era conhecido por ter consagrado personagens como o caminhoneiro Bino, na primeira versão da série *Carga Pesada* exibida pela Rede Globo em 1979 e, que ganharia uma nova versão, em 2003, com o ator revivendo a famosa dupla com Antônio Fagundes. Dada essas características a escolha do ator se enquadra na identidade popular que o Futura buscava construir. Segundo o diretor Flávio Rocha: “Alguns atores têm muita empatia com o público e, além do mais, são ótimos comunicadores. Eles estão aí para incrementar nossa programação”.³²⁰

Em abril de 1998, o *Jornal do Brasil* publicou um texto de Ulisses Mattos com o anúncio de algumas mudanças no programa:

Uma das atrações mais simpáticas do Canal Futura (Net), o *Brava Gente Brasileira* entra em nova fase na edição de hoje, que vai ao ar às 20h30. O programa apresentado por Stênio Garcia deixa de apenas reciclar reportagens da Rede Globo e passa ter produção própria. Para estreiar a estrutura, a equipe foi a Fernando de Noronha e fez uma abordagem diferente da ilha, destacando as pessoas em vez dos cenários e a fauna. Pertencendo a Pernambuco e distante 350 quilômetros do continente, Fernando de Noronha já teve terras e águas mil vezes exploradas por documentaristas. O telespectador quase tem a impressão de ter visto tartarugas com crachá do *Globo repórter*. O *Brava Gente* dá um descanso nos bichinhos e procura dar maior abrangência ao termo “paradisiaco”, adjetivo geralmente usado apenas para descrever o local. É que seus moradores vivem em condições invejáveis. A renda per capita da ilha é de R\$ 5 mil, enquanto a do Brasil fica em torno de R\$ 2 mil.³²¹

A crítica destaca positivamente tanto algumas modificações em termos de produção do programa quanto à abordagem diferenciada frente aos programas consagrados da Rede Globo. Ao longo de toda a trajetória do programa foram produzidos 105 episódios. À época do aniversário de dois anos do Canal Futura, Stênio Garcia celebrou, em poucas palavras, a sua participação na emissora: “É bom participar da equipe do Futura, um canal de cultura e informação.”³²²

³¹⁹ *Revista Contigo*, “Televisão Nota 10”, São Paulo, 30 de outubro de 1997.

³²⁰ *Revista Contigo*, “Televisão Nota 10”, São Paulo, 30 de outubro de 1997.

³²¹ *Jornal do Brasil*, “O lado humano de Fernando de Noronha”, 11 de abril de 1998.

³²² *O Globo*, “Futura festeja segundo aniversário com novos programa e dia temático”, Rio de Janeiro, 22 de setembro de 1999.

Com a apresentação do ex-jogador de futebol Raí e do jornalista Gilberto Dimenstein, além de comentário do jornalista Joelmir Betting, o programa *Boa Notícia* “mostra iniciativas do terceiro setor, destacando a importância das redes formadas entre empresas, pessoas físicas, governo e comunidade” (figura 37). Com um total de 53 episódios, o programa era co-produzido pela “Turner e por MV Vídeos” e “abordava um novo tema a cada semana, sempre com a presença de um convidado” que acompanhava os “casos de sucesso de todo o Brasil” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.178).

Figura 37 – Cenas do programa *Boa Notícia* do Canal Futura



Fonte: Frames produzidos pelo autor a partir de fotografias no instante do visionamento.

O programa foi um dos destaques das ações publicitárias do Canal Futura para o ano 2000. No dia 29 de novembro daquele ano, um anúncio colorido de meia página, estampava o jornal *O Globo* com os dizeres “Olha quem veio fazer gol de letra no futura.” (figura 38).

Figura 38 – Propaganda do programa *Boa Notícia*



Fonte: *O Globo*, 29 de novembro de 2000, *O Mundo*, p.33.

A particularidade desse anúncio é o fato de sua frase principal fazer uma referência direta a Fundação Gol de Letra, criada pelo ex-jogador, e que teria viabilizado a sua ida para o Canal Futura. A “parceria prevê ainda que a Gol de Letra, que atende a 250 crianças, possa usar o “Telecurso 2000” e outros programas da Fundação Roberto Marinho”.³²³ De acordo com a descrição do anúncio:

Raí apresenta o Boa Notícia. Um programa que vai mostrar exemplos bem-sucedidos de projetos sociais realizados por pessoas e empresas pelo Brasil afora. Raí, premiado como Voluntário do ano 2000, pela Kanitz & Associados na categoria esportiva, é reconhecido pelo seu envolvimento em causas sociais. Não perca o Boa Notícia. Um programa que é mais um gol do Canal Futura com o apoio da FIRJAN. Toda quarta 21h30.

O voluntariado era um dos temas centrais do *Boa Notícia* e o assunto já vinha recebendo atenção especial do Canal Futura há algum tempo. O editorial do sexto número da *Revista Futura*, publicada no final do ano de 1998, por exemplo, era um convite ao trabalho voluntário, nas palavras de Margarida Ramos:

Ano velho, ano novo. Esperanças que se renovam. Para todos; família, amigos e o país. Diante de tantos caminhos, o que fazer pelo país? Que tal arregaçar as mangas e fazer o que foi possível? Doar parte do seu tempo livre para fazer o bem? Estamos falando em trabalho voluntário; em esquecer o salário e se deixar levar pela solidariedade. Em somar pequenos esforços de milhões de pessoas para transformar a realidade. Em olhar para o futuro com coragem para enfrentar os desafios, que certamente surgirão, e tornam o trabalho voluntário tão importante quanto o trabalho do educador. Muitas pessoas perceberam isso. Hoje é comum ver pais participando de atividades na escola dos filhos, profissionais ensinando, gratuitamente, aquilo que sabem fazer, pessoas comuns lendo livros para crianças. O assunto é discutido, inclusive, em seminários, como o recente Workshop Educação e Voluntariado, do qual o Canal Futura participou. Mas é preciso um pouco mais de alento. O voluntariado precisa crescer, virar cultura. E isso só se faz de uma forma, incentivando os jovens a participar da construção de um país mais justo, que garanta cidadania e qualidade de vida a todos. Neste final de ano, vamos seguir os bons exemplos. Sejamos voluntários! Boas festas!!!³²⁴

O forte incentivo ao trabalho voluntário e a percepção de que essa forma de trabalho poderia transformar a realidade aparece em inúmeras ações não somente do Canal Futura, mas em outros programas, como, por exemplo, no projeto *Amigos*

³²³ O Globo, “Raí e Futura unem forças em novembro”, Rio de Janeiro, 20 de setembro de 2000.

³²⁴ *Revista Futura*. “O espírito voluntário”. Nov./dez. 1998.

da *Escola*. Criado em 1999 pela Rede Globo, o projeto *Amigos da Escola* tinha por objetivo “contribuir com o fortalecimento da escola pública de educação básica por meio do trabalho voluntário e da ação solidária”. O projeto amparava-se legalmente na Lei nº 9.608, de 18 de fevereiro de 1998, promulgada pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, que passou a regulamentar o voluntariado. A Rede Globo tinha um papel central na mobilização dos voluntários, por meio de vinhetas institucionais e da divulgação do projeto em seus programas jornalísticos, o *Fantástico*, por exemplo, passou a exibir uma reportagem por mês com as histórias vivenciadas no projeto. A emissora ainda disponibilizava uma central de atendimento para esclarecimento de dúvidas e encaminhamento dos voluntários às escolas. Porém, a organização de todas as atividades deveria ficar a cargo da escola e dos voluntários. Além das ações publicitárias promovidas pela Rede Globo, outras estratégias eram utilizadas para a mobilização dos voluntários como a criação de Dias Temáticos, experiência que já vinha sendo testada no Canal Futura, desde 1997, como veremos mais adiante.³²⁵

Da economia para o meio-ambiente. *Gaïa* era o programa da *La Cinquième* dedicado ao meio-ambiente. Co-produzido pela RFO e pela *Agence environnement développement* e apresentado por Ludovic Dunod e, posteriormente, por Dominique Martin Ferrari, tinha por objetivo sensibilizar o telespectador a respeito da condição do planeta. Pensar em reciclagem ou a atenção aos espaços que exploramos e o mundo que deixaremos como herança eram temas correntes (figura 39).³²⁶

O programa parece tentar responder a uma demanda social intensificada pelos amplos debates em torno das questões ambientais que culminaram com eventos-chave como a *Eco92* e as discussões sobre a *Agenda 21*. Mas o programa parece não ter agradado muito alguns críticos. No *Le Monde*, Sylvie Kerviel afirma que o resultado final “não está à altura da ambição” do programa. Em sua avaliação as imagens “parecem ter saído dos arquivos do início da televisão”. Soma-se a isso, o “tom das reportagens, catastrófico e grandiloquente, a penúria das imagens e uma edição estranha”, que “desencoraja àqueles que ainda não desanimaram com o conceito enfumaçado do programa”. Por fim, a jornalista lamenta que uma emissora

³²⁵ REDE GLOBO, “Manual Amigos da Escola”, s/d. Disponível em: <http://download.globo.com/amigosdaescola/manual.pdf> Acesso realizado em: 15 de junho de 2017.

³²⁶ *Le Monde*, « Gaïa », Paris, 23 de setembro de 1996.

que tem por missão “utilizar a televisão para veicular o saber” trate dessa forma “um assunto que poderia seduzir um amplo público” sobretudo de “adolescentes”.³²⁷

Figura 39 – Episódio de Gaïa



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

Se a principal revista eletrônica sobre o meio-ambiente recebeu críticas negativas, o mesmo não se pode dizer de *Pi = 3,14...*, programa ligado à tecnologia. Com duração de 13 minutos, o programa era composto por diversas reportagens sobre o universo das ciências (matemática, física, astronomia, biologia, paleontologia, etc.), a partir de objetos do cotidiano (figura 40).

Figura 40 – Episódio de Pi = 3,14...



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

Um programa dedicado aos jovens. Esta era a proposta de *Mag 5*. Apresentado de forma descontraída por Denis Charvel e Édouard Deluc, a atração, em seus 26 minutos de duração, abordava por meio de reportagens, os mais diversos fenômenos sociais, o esporte, a música, o cinema, o meio-ambiente e as novas tecnologias (figura 41). O episódio do dia 15 de novembro de 1997, por exemplo, apresentou reportagens sobre a expansão da chamada “tecno cultura” com o trabalho dos *DJs* nas noites francesas. Em outra reportagem visitou uma

³²⁷ *Le Monde*, « Gaïa », Paris, 23 de setembro de 1996.

associação de jovens preocupados com as questões ligadas ao meio-ambiente. Trouxe informações sobre o mais novo filme estrelado por George Clooney, “O Pacificador”, como imagens de *making of*, além dos depoimentos do protagonista e da atriz Nicole Kidman. O programa terminou com uma última reportagem sobre esportes praticados em contato com a natureza.³²⁸

Figura 41 – Episódio de *Mag 5*



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

O papel que *Mag 5* cumpria na *La Cinquième*, no Canal Futura era tarefa para o *Tirando de Letra*. O programa no “formato de uma revista semanal, dirigida a jovens com dicas de leitura, entrevistas com autores, diretores de cinema e outras personalidades, informa sobre eventos e lugares interessantes – tudo isso com o objetivo de incentivar o hábito e o prazer da leitura” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.213).

A proximidade entre as emissoras na veiculação de programas como *Mag 5* e *Tirando de Letra* desaparece por completo, quando passamos à análise do próximo gênero informativo: o documentário. Um dos principais diretores do Canal Futura, Flávio Garcia da Rocha, chegou a afirmar às vésperas da inauguração da emissora: “Não vamos exibir documentários sobre a vida animal das estepes africanas”. A frase é um retrato nítido sobre a percepção que os agentes ligados ao Futura tinham sobre os gêneros tradicionalmente explorados pelas emissoras educativas. A missão desses profissionais era a de “fazer televisão”, o que para eles significava produzir “programas agradáveis, com informações uteis”. Daí a aversão aos “documentários sobre a vida animal”.³²⁹ Mas diferentemente do que afirmou o diretor, o Canal Futura não escapou completamente do gênero. Os documentários se fizeram presentes na

³²⁸ Dados extraídos a partir do visionamento do episódio na Inathèque em Lyon.

³²⁹ *O Estado de S.Paulo*, “Educação ganha espaço próprio”, 21 de setembro de 1997.

emissora e apareciam tanto em trechos curtos, como no *Alô, vídeo escola* quanto em datas especiais, como na programação dos dias temáticos.

Se no Futura os documentários não eram muito bem-vistos por alguns de seus diretores, na *La Cinquième*, o gênero era indispensável, constante na programação e agradava aos telespectadores. No âmbito temático, a grade inicial da *La Cinquième* veiculou documentários da História à Biologia, passando por Artes, entre outros. Os documentários veiculados pela *La Cinquième* podem ser divididos em duas categorias: produções de terceiros e produções próprias. A primeira diz respeito à produção externa, de outras emissoras, produtoras e que em alguns casos já haviam sido transmitidas na televisão francesa, nos documentários dessa categoria o papel da *La Cinquième* limita-se basicamente à compra dos direitos de transmissão. Dentre os exemplos estão: a série *Les grands châteaux de l'Europe*, que apresentava algumas das principais fortificações do continente; *Les Grands séducteurs*, na qual eram apresentados documentários sobre a vida e obra de grandes atores do cinema francês e americano; e a faixa de horário que encerrava a programação, intitulada *Le Monde des animaux*, composta por documentários, com duração média de 26 minutos, produzidos pela *National Geographic* sobre a vida animal, exatamente o formato rechaçado e ironizado pelos dirigentes do Canal Futura.

A segunda categoria, e a que desperta maior interesse para pensarmos a especificidade do audiovisual educativo francês, é a dos documentários produzidos ou encomendados diretamente pela emissora. Tais documentários indicam quais as necessidades da emissora e de que forma e em quais tipos de conteúdo havia investimento do canal. Entre os exemplos podemos citar a série *Le français: l'histoire d'un combat*³³⁰, apresentada pelo linguista Claude Hagège. Em matéria publicada no JB, em razão de sua visita ao Brasil, o professor e seu programa são apresentados de forma entusiasmada pelo jornalista:

Ele está para linguística assim como Carl Sagan está para a astronomia. Da mesma forma que *Cosmos*, seriado apresentado por Sagan, atraiu milhões de leigos para as aventuras espaciais, a série 'O francês: história de um combate', apresentada pelo linguista Claude Hagège na emissora pública de tevê La Cinquième, revelou

³³⁰ Os nove episódios da série estão disponíveis no YouTube.

aos cidadãos franceses as peripécias políticas e culturais da filha mais orgulhosa do latim, hoje falada por cerca de 50 países.³³¹

Mas antes da exibição do programa de Claude Hagège, a *La Cinquième* já havia investido em outra grande série documental. Escrita e apresentada pelo historiador Jean Delumeau, professor do *Collège de France*, *Des religions et des hommes* tinha como tema a história das religiões (figura 42).³³²

Figura 42 – Cenas *Des religions et des hommes*



Fonte: adaptado pelo autor a partir de vídeo disponível no site Canal-U.³³³

Com 46 episódios de 13 minutos cada, a série era exibida semanalmente. Desde seu primeiro capítulo, em 11 de janeiro de 1996, *Des religions et des hommes* buscou realizar uma viagem pelo mundo da fé em diferentes épocas e sem se restringir ao cristianismo. De acordo com Delumeau o programa tinha por objetivo transmitir uma mensagem de compreensão e tolerância entre os telespectadores.³³⁴ Tal como *Cogito*, após o término de sua exibição *Des religions et des hommes* foi comercializada em VHS pela *La Cinquième*.³³⁵

Com duração de 26 minutos, *C'est pas normal!* era composto por quatro reportagens que buscavam denunciar as desigualdades socioeconômicas e a situação das pessoas excluídas na França (figura 43).

Figura 43 – Cena do programa *C'est pas normal!* da *La Cinquième*

³³¹ Jornal do Brasil. *O salvador de idiomas*. 09/08/1998.

³³² *Le Monde*, « Jean Delumeau relie les hommes et leurs religions », Paris 29 de janeiro de 1996.

³³³ Disponível em: https://www.canal-u.tv/video/cerimes/des_religions_et_des_hommes.12525 Acesso realizado em: 20 de junho de 2017.

³³⁴ *Le Monde*, « Jean Delumeau relie les hommes et leurs religions », Paris 29 de janeiro de 1996.

³³⁵ *Mediasphères*, « La 5^{ème} Développement : la diversification est lancée », Paris, 14 de dezembro de 1995.



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

De acordo com levantamento feito pela INA, no ano de 1995, 31% da grade de programação da *La Cinquième* foi composta por documentários. O mesmo estudo apontou que grande parte dos documentários eram comprados do exterior (Discovery Channel, Anglia, HBO, etc.) ou do mercado nacional para retransmissão, o que não impediu a boa aceitação do público. Os documentários eram responsáveis por 35% do tempo da escuta média consagrada ao canal. Outro exemplo que revela a importância do gênero era o investimento financeiro. Em 1995, a emissora foi a terceira que mais investiu nos documentários, com cerca de 36,6 milhões de francos gastos para a produção de 127 horas, ficando atrás apenas da *France 3* com 126,5 milhões para 228 horas produzidas e o *ARTE* com quase 80 milhões de francos para 123 horas. Porém, havia uma preferência pelo investimento em documentários de baixo custo, com formatos curtos, em oposição ao *ARTE*.³³⁶ No ano 2000, o Centro Nacional de Cinematografia classificou a *La Cinquième* como a primeira emissora televisiva em transmissões de documentários, com 371 horas produzidas. Em 2001, o orçamento dedicado ao gênero já estava na casa dos 170 milhões de francos.³³⁷

Muitos foram os programas da *La Cinquième* e do Canal Futura dedicados às informações práticas, ou seja, produções que incentivassem os telespectadores a uma atitude ou mesmo uma atividade prática. A grande maioria dos programas voltados ao emprego, por exemplo, podem ser classificados como programas ligados às informações práticas e a prestação de serviços. No caso do Canal Futura, o tema do trabalho e emprego foi ampliado ao relacionar-se diretamente com os programas ligados ao empreendedorismo, um dos valores da emissora, que traziam informação para aqueles que desejavam abrir seu negócio.

³³⁶ INA, "La Cinquième", Service des Etudes, Juillet 1996.

³³⁷ LA CINQUIÈME, « Pour les documentaires, la première c'est La Cinquième », 2001. (Service Archives France Télévision).

A questão do emprego e do trabalho era central para *La Cinquième* e para o Futura. Constituíam-se como um dos motivos declarados para a existência das emissoras. O papel que cada uma delas poderia cumprir na formação do trabalhador dependeria diretamente dos programas criados e incorporados à grade. No momento de inauguração da *La Cinquième*, diversos programas carregavam uma forte preocupação com o binômio emprego/desemprego, aos poucos, essa programação foi ampliando seu escopo para tratar, de uma forma mais ampla do mundo do trabalho.

No Canal Futura os programas que trataram mais diretamente da questão do emprego/desemprego numa perspectiva informativa foram: *Futura Profissão*, *Profissão Empresário*, *Feito à Mão* e *Mãos à Obra*.

O *Futura Profissão* tinha por “objetivo preparar profissionais de nível médio para o mercado de trabalho”. O programa apresentava uma grande variedade de ofícios, tais como: “operador de *telemarketing*, auxiliar de creche, corretor de seguros e agente de viagens, designer gráfico, técnico em manutenção automobilística e muitos outros, com dicas sobre as condições de mercado” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.191).

Outro programa com ênfase na questão profissional era *Profissão Empresário* que apresentava “dicas e exemplos de iniciativas bem-sucedidas para quem pretende abrir seu próprio negócio” (figura 44). Com grande ênfase no empreendedorismo, o programa levava o telespectador a “conhecer diversos ramos empresariais”, ser informado sobre “as características de um bom empreendedor” e sobre as relações de “concorrência, formas de parceria e definição de público-alvo”, além de aprender “sobre promoções, terceirização e tudo que um bom empresário precisa saber para a eficiência de seu negócio” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.213).

Figura 44 – Cenas do programa *Profissão Empresário* do Canal Futura



Fonte: Frames produzidos pelo autor a partir de fotografias no instante do visionamento.

A *Revista Futura* anunciou que a produção dos episódios “ficou a cargo da TVN, que usará recursos de vídeo, locações de estúdio e reportagens nas ruas para relatar as aventuras de pessoas que decidiram apostar na livre iniciativa”. O programa era exibido terça às 21 horas, com reprises no sábado às 19h30 e aos domingos às 15h30.³³⁸

O tema do empreendedorismo estava diretamente ligado aos próprios valores cultivados pela emissora. E parcerias como as realizadas com o Sebrae reforçavam esse caminho. Convênios como o *Inovar para crescer* e a veiculação de programas como *Pequenas Empresas, Grandes Negócios*, demonstravam como o conhecimento sobre o empreendedorismo seria uma das principais alternativas para a crise do trabalho na concepção da emissora.

Com a impossibilidade de oferta, postos formais de trabalho e tendo por um de seus eixos o empreendedorismo, o Canal Futura incentivou a livre iniciativa individual. Dois programas simbolizam de forma muito clara esses objetivos: *Feito à mão* e *Mãos à obra*. Ambos, lançados em 1998, buscavam incentivar o telespectador a realizar seus próprios trabalhos. O *Feito à mão* era “direcionado a jovens e adultos com diferentes níveis de escolaridade”, o programa oferecia “cursos livres de artesanato e trabalhos manuais” e seria “uma opção de geração de renda ao ensinar, passo a passo, como confeccionar diferentes enfeites e objetos utilitários, representando também uma forma de qualificação e atualização profissional” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.190).

Já *Mãos à Obra* tinha objetivos mais ambiciosos. O programa, cujo título era homônimo ao do plano de governo de Fernando Henrique Cardoso, da campanha presidencial, em 1994, tinha por meta ensinar os telespectadores a construir as suas próprias residências:

O programa explica, passo-a-passo, todas as etapas da construção de uma casa, desde a escolha do terreno até a cobertura e o acabamento dos cômodos. O telespectador também acompanha dicas sobre como preparar o concreto, calcular a quantidade de material usado, avaliar custos de financiamento e muito mais (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.196).

O programa surgiu a partir de uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Cimento Portland que revelou que “mais da metade do cimento vendido

³³⁸ *Revista Futura*, “Profissão Empresário”, n.1, p.18.

no Brasil” era “comprada por autoconstrutores”. Esse foi o ponto de partida para uma ampla parceria do Canal Futura com setores empresariais ligados à construção civil e com o próprio Governo Federal.³³⁹

Francisco Gordo Neto, gerente comercial da TVN, ainda na fase de produção do programa teceu alguns comentários sobre a atração:

O programa está em fase de roteirização e seguirá o modelo das novelas, tendo uma sequência de capítulos. Como o assunto é muito técnico, estamos tendo o cuidado de tornar a informação acessível, principalmente para a população de baixa renda, principal público alvo do programa.³⁴⁰

A trama que servia como eixo condutor contava a história do casal de baixa renda Pedro e Leila, ele motorista de ônibus, ela costureira. Casados há três anos, os dois sonhavam em construir a casa própria. Desafio que vão superando a cada episódio, na tentativa e erro, mas sempre buscando informação e conhecimento para aplicá-los na casa. Os materiais são adquiridos na loja de construção do seu Freitas, que também o auxilia nas horas de dúvidas sobre quais produtos adquirir (figura 45).

Figura 45 – Cenas do programa *Mãos à Obra*



Fonte: adaptado pelo autor a partir de vídeo do site YouTube.³⁴¹

O casal era interpretado pelos atores Luciano Quirino e Leila Marques, já o dono da loja de matérias, era Rui Rezende. Com 30 episódios de 20 minutos cada, o programa produzido pela TVN contava com o roteiro de Fernando Salém e a direção-geral de Carlos Nascimbeni. O programa contou com o “trabalho da

³³⁹ O *Globo*, « Programa que ensina a construir estreia na TV Globo », Rio de Janeiro, 17 de janeiro de 1999.

³⁴⁰ O *Globo*, “Construindo por assinatura”, 19 de abril de 1998.

³⁴¹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=-ja-X-GVL-8&list=PLq3k_rrQyc7lpfoSWJHmnojnziLFHv7T Acesso realizado em: 15 de junho de 2017.

produtora Pingüim”, que produziu “todas as sequencias de animação para melhorar o grau de compreensão do conteúdo por parte dos telespectadores”.³⁴²

Verifica-se na produção uma forte influência do modelo paradigmático do *Telecurso*, desenvolvido e aprimorado pela Fundação Roberto Marinho com o passar dos anos, seja pela utilização da teledramaturgia, dos esquemas explicativos e de outros elementos, como a narração em *off*.

Nos bastidores, *Mãos à Obra* contou com a consultoria do professor Geraldo Serra, à época ligado ao Núcleo de Pesquisa e Tecnologia de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo e autor de um estudo sobre autoconstrutores. O professor defendia que o “uso de métodos corretos” poderia “representar uma economia de até 10%”.³⁴³

O programa buscava responder a uma demanda concreta da população, já que de acordo com o professor Geraldo Serra, “a maioria da população das periferias urbanas constrói suas casas por conta própria”. Esse contingente populacional era formado por pessoas que “chegaram à cidade [de São Paulo] há menos de 20 anos” e que possuíam “renda mensal entre oito e 12 salários-mínimos”.³⁴⁴

Um indicativo da boa recepção do programa foi a sua veiculação, a partir do dia 09 de janeiro de 1999, aos sábados às 7h30, na grade de programação da Rede Globo.³⁴⁵ Acostumada a ceder suas produções para o Canal Futura, seria a primeira vez que um programa faria o caminho inverso. Produzido e veiculado, especificamente, para e pelo Canal Futura, *Mãos à Obra* teve a oportunidade de ser veiculado na grade da irmã comercial.

Mãos à obra é um bom exemplo da capacidade de negociação e articulação do Canal Futura em torno de diversas instituições parceiras, desde a consultoria do professor de arquitetura da USP, passando pelo convênio com as empresas do setor da construção civil até o apoio governamental, na parceria com um banco público, a Caixa Econômica Federal.

³⁴² *O Globo*, “Construindo por assinatura”, 19 de abril de 1998.

³⁴³ *O Globo*, « Programa que ensina a construir estreia na TV Globo », Rio de Janeiro, 17 de janeiro de 1999.

³⁴⁴ A partir de 1º de maio de 1999, o salário mínimo brasileiro passou a ser de R\$ 136,00 frente aos R\$ 130,00 do ano anterior.

³⁴⁵ *O Globo*, « Programa que ensina a construir estreia na TV Globo », Rio de Janeiro, 17 de janeiro de 1999.

Mas nem somente de trabalho e emprego vivia à programação de prestação de serviços da *La Cinquième* e do Canal Futura. Na emissora francesa, o incentivo não era na construção da casa, mas apenas do jardim. *Silence, ça pousse* convidava seus telespectadores a colocar às mãos na terra. Dedicado ao cultivo de hortas e jardins, prática muito difundida na França, devido às suas raízes da vida no campo, o programa trazia até quatro temas por edição, geralmente ensinando a fazer o plantio, em todas as suas etapas: preparação da terra, semeadura, cultivo e irrigação. O passo-a-passo era filmado cuidadosamente, para não se perder nenhum detalhe. Não havia apresentador em estúdio, apenas uma narração em *off*, explicando o desenrolar da atividade (figura 46).

Figura 46 – *Silence, ça pousse*



Fonte: Frames produzidos com o software *mediascope* durante o visionamento.

No Futura, essa temática era contemplada pelo *Globo Rural*. O programa, um telejornal dedicado ao mundo do campo, produzido e veiculado pela Rede Globo, era reprisado no Canal Futura. Possuía uma pauta recheada de informações de interesse do produtor rural, que contemplava desde as cotações dos produtos agrícolas na bolsa de valores, passando por dicas de cultivo a receitas culinárias com ingredientes do campo.

O programa *Fête des bébés* era dedicado a mães e pais e abordava problemas comuns que são enfrentados no cotidiano da criação das crianças. A partir de reportagens, o telespectador podia acompanhar, ainda, dicas de especialistas sobre como agir em determinadas situações. O programa existiu durante todo o período de *La Cinquième*, alcançando uma posição importante na grade de programação (figura 47).

Figura 47 – Episódio de *Fête des bébés*



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

Dos bebês aos idosos. Em 1998, o Canal Futura inseriu em sua grade um programa dedicado à terceira idade. *De Frente Pra Vida* era apresentado pela atriz Neusa Borges. “De maneira otimista ela aborda temas como saúde, mercado de trabalho, sociabilidade e diversão (figura 48). O telespectador também confere exemplos de pessoas que, após completarem 60 anos, continuam vencendo desafios e empreendendo reviravoltas positivas em suas vidas” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.185).

Figura 48 – Cenas do programa *De frente Pra Vida* do Canal Futura



Fonte: Frames produzidos pelo autor a partir de fotografias no instante do visionamento.

L'œil et la main era um programa semanal da *La Cinquième* destinado às pessoas que possuem algum tipo de deficiência auditiva. A atração atravessou a curta vida da *La Cinquième* e permaneceu na grade da *France 5* figurando entre os programas mais duradouros já produzido pela emissora (figura 36).³⁴⁶ Em 1995, seu ano de estreia, era apresentado por Daniel Abbou e Sabine Zerdoum – esta última substituída posteriormente por Sandrine Herman. Ao longo dos seus 26 minutos de duração, dividia-se entre atrações no estúdio, quadros especiais e reportagens, sempre com apresentação em língua de sinais e tradução simultânea em voz *off*. Os

³⁴⁶ *Le magazine des programmes de La Cinquième*, n.38, p.09.

convidados que se expressavam na língua de sinais tinham suas falas traduzidas por um intérprete e tais características revelam a preocupação dos produtores para que o programa fosse compreendido por todos os telespectadores (figura 49). A partir do ano 2000, *L'œil et la main* ganhou um novo formato: deixou de ser um magazine e passou a ser produzido como documentário, com investigações mais densas.³⁴⁷

Figura 49 – Trechos do programa *L'œil et la main*



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

4.3 Entretenimento e conhecimento

Inicialmente ao lado da informação e da educação na tríade sagrada da televisão, o entretenimento ganhou destaque e autonomia conforme o avanço e a popularização do meio televisivo. Uma das principais características das emissoras educativas na década de 1990 foi investir em aspectos ligados ao entretenimento como forma de incrementar a sua programação.

A categoria entretenimento e os gêneros que dela derivam estabelecem uma relação direta dos produtores com os apresentadores, ainda que, em muitos casos, exista uma *mise-en-scène* com o objetivo de estabelecer uma interação entre os apresentadores e as pessoas reais e personalidades que frequentam o programa (BOURDON, 2011, p.21).

O destaque ao entretenimento é uma constante nas declarações dos dirigentes da *La Cinquième* e do Canal Futura. E a análise da programação indicou que as emissoras fizeram um amplo uso dos elementos do entretenimento nos seus programas. Destacamos nesse tópico os usos pela *La Cinquième* e Canal Futura de alguns gêneros e formatos tradicionalmente utilizados como entretenimento para os objetivos educativos das emissoras.

³⁴⁷ *Le magazine des programmes de La Cinquième*, n.38, p.09.

Como foi dito anteriormente, Jérôme Bourdon compreende a ficção com um dos grandes gêneros da televisão. Ele faz uso dessa categoria para pensar a programação televisiva internacional na perspectiva comparada. Para o autor, a ficção consiste em programas que contam uma história, a partir de um roteiro adaptado por um diretor para à TV com a utilização de atores, incluindo o cinema (BOURDON, 2011, p.21).

A ficção esteve presente na programação de entretenimento da *La Cinquième* e do Canal Futura. Subdividiremos inicialmente esse gênero em três: teledramaturgia (telenovelas, séries e minisséries), desenhos animados e filmes.

O uso da *teledramaturgia* constituiu-se como uma marca na produção de programas do Canal Futura. Enquanto na *La Cinquième* observa-se o predomínio dos magazines de informação e documentários, no Canal Futura, o elemento da teledramaturgia atravessou fortemente toda a programação. Mesmo onde não havia a utilização de trechos de minisséries ou telenovelas, se apostou na criação de diálogos, na encenação e na dramatização dos elementos de ensino.

A Rede Globo se desenvolveu e se consolidou alicerçada na produção própria de seus programas, especializando-se nas telenovelas que marcaram época e são reconhecidas em todo o mundo – devido a sua política de exportação. Nos anos 1990, “a presença de verdadeiras campanhas de caráter social revelaram uma outra face da estreita ligação da produção ficcional da emissora com a realidade brasileira”. O chamado *marketing* social, como ficou conhecido consistia basicamente “na inserção na diegese de determinadas questões centradas em alguns personagens, com uma função que, mais do que pedagógica, pode ser caracterizada como de ajuda humanitária ou de utilidade pública” (KORNIS, 2007, p.112-113). Explorar a função educativa da produção global em teledramaturgia possui um elemento fortemente simbólico. Ainda mais considerando as vozes críticas que apresentavam as telenovelas como um produto alienante, apresentar tais conteúdos como educativos era uma resposta criativa da emissora de Roberto Marinho, e seria uma forma de demonstrar que a Rede Globo sempre cumpriu seu papel educativo constitucional, como concessionária televisiva, tanto é que suas produções eram matérias primas para seu canal educativo. Em termos econômicos, a utilização desse conteúdo trazia enormes economias ao Canal Futura, tendo em vista que a parceria das emissoras permitia o intercâmbio e uso das produções da Rede Globo.

Apenas 8% da grade de programação da *La Cinquième* era dedicada à ficção. Ainda assim, o gênero mantinha uma boa aceitação do público, chegando a representar 16% do tempo médio de escuta. A boa recepção dos programas de ficção faz parte de uma tendência do campo televisivo francês, já que o gênero trazia também bons frutos para as outras emissoras. Ainda assim, a *La Cinquième* não investiu fortemente durante seu primeiro ano. A emissora de Jean-Marie Cavada investiu apenas 25 milhões de francos, para produzir 55 horas, quantia que pode ser considerada pequena quando comparada aos 47,4 milhões do *ARTE*, para apenas 19 horas, e irrisória ao lado dos números da TF1, que no mesmo período investiu mais de 600 milhões de francos na produção de 255 horas de ficção.³⁴⁸

Entre as séries veiculadas pela *La Cinquième* estavam: *Les enfants de John*, *Rintintin*, *Alf* e *Flypper*. Esses quatro títulos sintetizam muito bem o espaço e os usos da ficção na *La Cinquième*. Dentre as citadas, *Les enfants de John* era a única ficção inédita da emissora. A série era voltada para o público jovem e abordava os dilemas da juventude, como o amor, o sexo e a escolha profissional. As outras três séries, *Rintintin*, *Alf* e *Flypper*, apresentavam dois denominadores comuns: eram produções que já haviam sido veiculadas pela televisão francesa em outros períodos e tratavam-se de produções estrangeiras. Estas séries parecem cumprir um papel claro na grade de programação da *La Cinquième*, o de completar a programação a um baixo custo. Comprar os direitos de transmissão de programas antigos tinha um custo muito menor do que a produção própria. Porém, essa tática de programação incomodou alguns agentes do campo televisivo, que não viam sentindo na veiculação desse tipo de conteúdo por uma emissora educativa, como vimos no capítulo anterior.

No caso do Futura, não havia séries, mas minisséries. E um dos espaços para esse tipo de programação era o *Faixa Comentada*, apresentado pelo ator Eduardo Martini, que participou do programa *Radical Chic*, em 1993, ao lado de Andréa Beltrão e Maria Paula.³⁴⁹ O objetivo do programa era transformar “minisséries de sucesso do acervo da TV Globo” em “verdadeiras aulas de Literatura e História” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.188). E a primeira minissérie veiculada para uso educativo foi *Memorial de Maria Moura*.³⁵⁰ Adaptação, de Jorge

³⁴⁸ INA, “La Cinquième”, Service des Etudes, Juillet 1996.

³⁴⁹ O *Globo*, “Apostando juntos no Futura da Net”, Rio de Janeiro, 21 de setembro de 1997.

³⁵⁰ *Gazeta do Povo*, « O cinema da Futura », Curitiba, 25 de outubro de 1997.

Furtado e Carlos Gerbase, da obra homônima de Rachel de Queiroz, a produção foi veiculada, originalmente, na Rede Globo, em 1994 (CASTRO, 2015, p.163). De acordo com Mônica Kornis (2007, p.110):

A ampliação da temática voltada para a história recente brasileira em minisséries e a introdução de novos atores sociais em novas formas de narrativa tanto nesse formato como em seriados, além da inserção do chamado marketing social nas novelas, foram marcas importantes nesse período, em sintonia com o discurso sobre a ética, a cidadania e a inclusão social que passou a conquistar terreno na discussão política nacional ao longo da década de 1990.

Ao longo da trajetória do programa outras minisséries foram adaptadas, entre os títulos estavam: “*O tempo e o vento, Agosto, O primo Basílio e Anos rebeldes*” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.188).

Nota-se como as duas emissoras se serviram de programas anteriormente veiculados, porém à diferença da *La Cinquième* o Canal Futura buscou dar um novo tratamento a todos eles, com uma nova edição, abertura e novos apresentadores que direcionavam seus comentários para os objetivos culturais e educativos da nova atração.

Livros Animados era um outro programa que utilizava dos recursos da teledramaturgia. Por meio de “recursos de computação gráfica, 20 livros infantis de escritores brasileiros ganham vida” (figura 50). O programa, comandado por Luciana Braga e Gustavo Gasparini, contava com a participação dos próprios autores das obras, a atração ainda apresentava “situações ficcionais vividas por personagens infantis e adultos” para abordar os temas “tratados nas obras literárias em destaque” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.195).

Figura 50 – Cenas do programa *Livros Animados* do Canal Futura



Fonte: Frames produzidos pelo autor a partir de fotografias no instante do visionamento.

Em fevereiro de 1994, Simone Harari e Jean Rouilly, responsáveis pelo primeiro esboço da grade de programação da *La Cinquième*, afirmaram

categoricamente que a emissora, “à diferença das outras televisões”, não deveria ser assistida passivamente, e que o canal não comportaria a exibição de jornais ou filmes.³⁵¹ Mas o desejo dos idealizadores não resistiu às práticas do campo televisivo. O baixo custo para aquisição de direitos de exibição parece ter conquistado os dirigentes da *La Cinquième* no momento de completar a grade de programação. Com isso, não foram poucos os filmes exibidos pela emissora. Uma das faixas de horário previstas desde a sua inauguração era intitulada *Lundis d’Alain Delon*, uma homenagem ao célebre ator que contava com a exibição de títulos clássicos do cinema francês e norte-americano toda segunda-feira.

No Canal Futura, o espaço privilegiado dos filmes era o *Cine conhecimento*. Apresentado pela atriz Giulia Gam o programa exibia longas-metragens do acervo da Turner e em cada um de seus blocos era complementado por comentários sobre o contexto histórico e cultural dos filmes (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.181). Inicialmente, o programa era exibido aos sábados às 22 horas e aos domingos às 16h30.³⁵² Em um dos episódios da primeira temporada, por exemplo, Giulia Gam teceu comentários sobre a Idade Média e a lenda do rei Arthur durante os intervalos de *Os cavaleiros da Távola Redonda*.³⁵³ A partir de fevereiro de 1998, o programa passou a ser produzido no Rio de Janeiro.³⁵⁴ A mudança de cidade afetou o comando do programa que passou a ser da atriz Fernanda Torres.³⁵⁵ *Cine Conhecimento* passou por uma nova reformulação em seu aniversário de 5 anos, e ganhou a apresentação da atriz Giovanna Antonelli, a partir de então dois eixos-temáticos passariam a ser explorados, o primeiro de filmes sobre comportamento, valores, ciência e atualidades em geral, e um outro sobre filmes históricos ou clássicos.³⁵⁶

Um apresentador no centro do palco, bancadas frente a frente nas laterais do estúdio, uma plateia atenta e animada, painéis coloridos, placares eletrônicos e um fundo musical descontraído. Esta descrição caberia tanto para *Ça déménage* quanto para *Tá Ligado?!*, programas do gênero *game show*.

O Tá Ligado?!, lançado pelo Canal Futura em 1997, era apresentado pelo ator Felipe Folgosi e tinha como temática central o vestibular. “Produzido em São Paulo

³⁵¹ *Le Figaro*, *Le défi de la télévision de la connaissance*, 03 de fevereiro de 1994.

³⁵² *O Dia*, “As madrinhas do futuro”, Rio de Janeiro, 14 de outubro de 1997.

³⁵³ *Zero Hora*, “Cine Conhecimento”, Porto Alegre, 26 de outubro de 1997.

³⁵⁴ *O Globo*, “Programas na ponte-aérea”, Rio de Janeiro, 15 de fevereiro de 1998.

³⁵⁵ *Revista Futura*, “Cine Conhecimento, nº 4, 1998, p.25.

³⁵⁶ *O Globo*, “O papo dela agora é cinema”, Rio de Janeiro, 25 de agosto de 2002.

pela *Richers Entertainment*”, o programa apresentava “perguntas e respostas”, e distribuía prêmios, “tudo numa atmosfera de gincana escolar”. Muito semelhante a um outro *game show* popular entre os jovens telespectadores brasileiros, o *Passa ou Repassa* do SBT, com a diferença de que não possuía o apelo de mostrar uma torta de creme sendo atirada no rosto do adversário a cada resposta errada. Muito pelo contrário, o *slogan* do *Tá Ligado?!* era: “quem erra aprende”, numa crítica velada ao programa da emissora de Silvio Santos. Apesar da proximidade dos formatos a *Revista Futura* informava que a inspiração para o programa vinha de outros países:

Tá Ligado?! surgiu a partir de uma vasta pesquisa juntos a escolas e TVs de países como Estados Unidos, França, Holanda e Alemanha, onde muitas informações foram colhidas. O produtor Herbert Richers Júnior, porém, garante, que “a receita final é tipicamente brasileira”. Para chegar ao formato definitivo do programa, foram contratados 34 dos melhores educadores e especialistas em vestibular do eixo Rio-São Paulo.³⁵⁷

A busca incessante da união entre educação e entretenimento justificou o formato e a temática do *Tá Ligado?!*, e pode ser bem ilustrada nas palavras do produtor Herbert Richers Júnior: “Queremos ser didáticos sem ser chatos e aliviar essa ideia de que todos os candidatos têm de estar sempre sob pressão”. Em sua primeira temporada, o programa era veiculado aos sábados, às 15 horas, com reprises aos domingos, às 19 horas, e às segundas-feiras, às 21 horas.³⁵⁸

Ça Déméninge, da *La Cinquième*, apresentado por Marc Posno, pretendia o conagraçamento de gerações reunindo no palco duas duplas, formadas por um velho e um jovem, que deveriam se ajudar em desafios ligados à memória. Em termos de interatividade, tanto *Tá Ligado?!* quanto *Ça Déméninge* ousaram. O programa francês incentivava a participação dos telespectadores via Minitel³⁵⁹ e possuía desafios para plateia. Já o programa brasileiro, além de dar a possibilidade para a plateia responder a algumas questões, convidava a audiência a enviar questões para serem utilizadas no programa.

³⁵⁷ Revista Futura, nov./dez. 1997, n.01, p.20

³⁵⁸ Revista Futura, nov./dez. 1997, n.01, p.20

³⁵⁹ O Minitel foi criado em 1978, sob a presidência de Valéry Giscard d’Estaing. Passou a operar comercialmente a partir de 1982. O sistema possibilitava aos usuários uma multiplicidade de serviços. A *La Cinquième* fez uso constante do Minitel como forma de interação com os seus telespectadores, anterior e paralelo à Internet. Disponível em: <http://olhardigital.uol.com.br/noticia/precursor-frances-da-internet,-minitel-saira-do-ar-no-sabado/27457> Acesso em 09 de janeiro de 2017.

Apesar da longa tradição da televisão francesa em jogos televisivos, foi o programa brasileiro o mais duradouro entre os dois. *Ça déménage* ficou no ar, apenas por uma temporada, pouco menos de um ano já o *Tá Ligado?!* resistiu por mais tempo. A explicação para isso pode ser pensada em duas chaves. Primeiramente, o fracasso do *game* francês, pode estar diretamente relacionado à tradição televisiva francesa nesse gênero. Com uma audiência mais habituada era necessário muito cuidado na criação de um programa novo. Já o sucesso do programa brasileiro pode ser explicado dada a objetividade da proposta, um *game* voltado para os vestibulandos, enquanto a emissora francesa apostou num jogo generalista para a família, com o foco em um único aspecto, a memória.

Os desenhos animados eram parte integrante da programação das emissoras. Assim como as séries, a maioria das produções não era própria, mas sim retransmitida pelas emissoras. No caso da *La Cinquième*, a faixa exclusiva para transmissão dos desenhos e animações era o *Ça tourne bromby*. A faixa, com duração de mais de duas horas, idealizada e apresentada por Serge Bromberg, apresentava inúmeras animações, entremeadas por comentários do apresentador em meio às latas de filmes. Uma outra atração infantil era *Téléchat*. O programa infantil tinha como mote um telejornal apresentado por gatos. Mais uma vez, tratava-se de uma atração que não era inédita na TV francesa – o programa foi veiculado pela primeira vez na década de 1980.

No Canal Futura também havia programas que veiculavam desenhos animados. Um deles era o *Teca na TV*, apresentado pela atriz mirim Vivian Weyll. Outro era o *Alô, vídeo escola*, ambos programas de destaque no momento de inauguração da emissora, em 1997. O *Teca na TV* tinha por objetivo geral “contribuir para a ampliação do repertório cultural infantil, para o incremento da capacidade de expressão da criança e de seu espírito investigativo, e para a construção do conhecimento, valendo-se de situações que privilegiam a ludicidade, a criatividade, a autonomia e a leitura crítica do mundo” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.210) A parceria com a *Turner* rendeu ao Futura a possibilidade de veiculação do desenho animado *Capitão Planeta*. Criado pela *Turner* em 1990, a proposta tinha por objetivo debater a temática do meio-ambiente de uma forma divertida. No Brasil, o desenho ganhou espaço na Rede Globo, no começo dos anos 1990, dentro da programação

do *Xou da Xuxa* e da *TV Colosso*. No Canal Futura era transmitido aos domingos às 9 horas.³⁶⁰

Ça Bouge era uma das atrações de quarta-feira, dia de folga das crianças. Dedicado aos meninos e meninas entre 6 e 11 anos, o programa infantil apresentava reportagens sobre atividades de lazer (figura 51).

Figura 51 – Episódio de *Ça Bouge*



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

La Cinquième e Canal Futura também utilizaram as variedades artísticas como matéria-prima de seus programas. *Afinando à Língua* abusava dos “trechos de livros, letras de música, videocliques, poesias e entrevistas [...] para transformar o estudo da Língua Portuguesa numa diversão semanal”. Apresentado pelo músico Tony Bellotto o programa problematizava os “significados e variações linguísticas do Português do Brasil, com uma perspectiva histórica” o que permitia “contextualizar a produção literária no país”. O programa funcionava como uma “fonte de reflexão e aprendizado” a partir da apresentação dos “principais autores e gêneros da nossa cultura” (FINGUERUT & SUKMAN, 2008, p.175). Pelo lado da *La Cinquième* *Les lumières du music-hall* era um programa musical (figura 52).

Figura 52 – *Les lumières du music-hall* episódio



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

³⁶⁰ *Revista Futura*, “Herói ecológico”, mar./abr. 1998, p.32-33.

Ao longo de 26 minutos, um narrador em *off* contava a trajetória do artista escolhido. A narrativa era ilustrada com base em imagens de arquivos. Entre os acontecimentos biográficos narrados, eram exibidos trechos de apresentações musicais do artista. Artistas de diferentes gerações que marcaram a música francesa foram retratados entre 1995 e 2001, período em que *Les lumières du music-hall* permaneceu no ar. Entre eles: Edith Piaf, Mireille, Charles Trenet, Léo Ferré, Nana Mouskouri, Serge Gainsbourg, Claude François, Charles Aznavour, Julien Clerc.³⁶¹

Por fim, o *Journal de la création* era um programa semanal, veiculado aos domingos. O seu objetivo era o de revelar, etapa por etapa, o processo criativo de artistas franceses, em uma viagem ao mundo subjetivo da criação artística. Criado por Serge Moati e sob a direção de Hervé Nisic, o programa acompanhava regularmente o trabalho de vinte artistas dos mais diversos ramos (figura 53).

Figura 53 – Episódio de *Journal de la création*



Fonte: Frames produzidos com o software mediascope durante o visionamento.

O episódio inaugural, veiculado no dia 08 de setembro de 1996, acompanhou o cotidiano de trabalho do diretor de cinema Bertrand Tavernier, da dançarina Aurélie Dupont, do artista plástico Jean-Pierre Raynaud e do escritor Emmanuel Carrère. As mesmas técnicas foram utilizadas para traçar o perfil dos quatro artistas, uma breve narração inicial em *off*, seguido de um plano-sequência que destaca o artista em sua atividade com uma sucessão de declarações do próprio artista sobre seu trabalho.³⁶²

³⁶¹ *Les Magazines des programmes*, « Gainsbourg... et caetera », 03 de janeiro de 1998, p.27.

³⁶² Dados extraídos a partir do visionamento do primeiro episódio na Inathèque em Lyon.

4.4 Programação especial: interprogramas e dias temáticos

O objetivo é mobilizar as pessoas em cima de um tema, provocar reflexão e discussão e também fornecer para as escolas um acervo amplo sobre o assunto.

Roberto de Oliveira³⁶³

A *La Cinquième* e o Canal Futura apostaram em estratégias parecidas na busca de despertar a curiosidade e o desejo pelo conhecimento de seus telespectadores. Para além dos programas produzidos, dentro das categorias tradicionais – educação, informação e entretenimento – e seus respectivos gêneros e formatos, as emissoras investiram tempo e dinheiro em outras duas fórmulas que ganharam destaque ao longo dos anos na grade de programação: os interprogramas e os dias temáticos.³⁶⁴ As palavras do consultor Roberto de Oliveira eram as principais justificativas para a existência dos dias temáticos e vão ser reproduzidas por outros agentes da emissora entre os anos de 1997 e 2000, período em que a atividade foi organizada.

Tanto na *La Cinquième* quanto no Canal Futura os interprogramas receberam atenção especial. Isso porque serviram não somente como forma de divulgação da própria grade, mas por propor pequenas ações. Seja no caso da *La Cinquième*, onde havia publicidade, mas em menor escala³⁶⁵, ou no Futura, onde a publicidade não ocorria havia um bom tempo para explorar novas temáticas. Daí o surgimento dos interprogramas, um formato de curta duração, de três a cinco minutos, com conteúdos audiovisuais específicos. A *La Cinquième*, por exemplo, lançou o *Imprevus*, no qual participantes da emissora, contavam diante de uma câmera quais foram seus professores memoráveis, além de outras atrações para o ensino de matemática e gramática.

O *Anuário de Programação*, de 2005, do Canal Futura faz uma retrospectiva dos objetivos e das atividades ligadas aos interprogramas:

³⁶³ *Folha de S.Paulo*, “Futura promove dia temático”, São Paulo, 04 de outubro de 1997.

³⁶⁴ Cabe dizer que tanto o *interprogramas* como *dias temáticos* são nomenclaturas utilizadas pelos dirigentes do Canal Futura para definir suas ações de programação. Estendemos os mesmos termos às ações da *La Cinquième*, por verificar, que ainda que possuem outros nomes, trata-se na verdade, de uma mesma prática, como demonstraremos ao longo deste tópico.

³⁶⁵ Em 1995, foram veiculadas pela *La Cinquième* um total de 58 horas de publicidade. Cf. *INA*, “La Cinquième”, Services des Etudes, Juillet 1996.

De nutrição à ecologia, passando por arqueologia, música e identidade cultural, os interprogramas do Futura são marca registradas de nossa programação, seja pelo interesse que despertam no público ou pelo uso que provocam nas ações de mobilização comunitária. Parte dessas produções se transforma em peças para o espaço do *fade* da TV Globo nas parabólicas, compartilhando informações educativas com um número ainda mais amplo de telespectadores do Brasil e de várias partes do mundo.³⁶⁶

Como ressalta o anuário, os interprogramas eram um espaço privilegiado de divulgação da emissora para além de seu público, já que era divulgado também na Rede Globo. Por esse motivo, as peças contavam com a participação de muitos artistas que em sua maioria não faziam parte do *casting* do Futura, mas eram convidados para despertar o interesse do telespectador.

Os Dias Temáticos receberam um amplo destaque nos veículos de comunicação da emissora, como por exemplo, na *Revista Futura*, sendo inclusive matéria de capa de um dos números. Já no editorial a iniciativa era apresentada:

A televisão também está mudando, como afirmam os especialistas. E o Futura, ele mesmo uma inovação, traz consigo novidades preciosas. É o caso dos Dias Temáticos, tema de capa desta edição. São dias inteiros de programação totalmente dedicada a um só tema, quando escolas, empresas e as diversas instituições podem formar um acervo consistente de programas para utilizá-los nas diversas práticas educativas com seus grupos ou comunidades. É nesses dias também que um verdadeiro exército de voluntários se mobiliza por todo o Brasil participando de atividades programadas, interagindo, trocando experiências que vão ajudar a mudar o Brasil para melhor.³⁶⁷

Interessante notar a relação que se apresentava entre os dias temáticos e a mobilização comunitária. Mas ao contrário do que o editorial afirmava, a matéria revelava que ação não era completamente inédita:

Ao dedicar 24 horas ininterruptas de sua programação a um único tema, o Futura aposta numa fórmula inovadora de fazer televisão e de interagir com os diversos públicos de todo o Brasil. A experiência, se não chega a ser inédita é pelo menos ousada, antecipadora.³⁶⁸

³⁶⁶ CANAL FUTURA, Anuário de programação (2005), p.149

³⁶⁷ *Revista Futura*, "Editorial", mar./abr. 1998.

³⁶⁸ *Revista Futura*, "A força de um dia temático", mar./abr. 1998, p.6-8.

E de fato, os dias temáticos não eram exclusividade do Canal Futura. Com menor frequência a *La Cinquième* também realizou ações semelhantes. No dia 15 de março de 1996, por exemplo, ocorreu a *Journée de Cinema*, um dia inteiro com toda a programação da emissora dedicada às comemorações dos 100 anos da criação do cinema.

Uma outra ação, ocorreu em junho de 1996, o *Sidaction*, iniciativa conjunta de todas as emissoras francesas com vistas a arrecadação de fundos para as instituições que tratavam portadores do vírus HIV. Era a segunda vez que atividade ocorria. A noite de atrações foi comandada pelo então presidente da *La Cinquième* Jean-Marie Cavada, como sua emissora veiculava seu sinal apenas até as 19 horas, horário de início do *Sidaction*, o canal tratou de dedicar a sua programação diurna ao tema.³⁶⁹ É importante frisar que o *Sidaction* ainda que tenha motivado um dia temático na *La Cinquième* era por natureza muito mais próximo de ações como o *Criança Esperança* realizado pela Rede Globo, desde 1986, com o apoio da Unicef, também no intuito de arrecadar fundos para instituições assistenciais. Na comemoração de seu aniversário de 2 anos, a *La Cinquième* também reservou uma tarde inteira para discutir cidadania e memória, com programas especiais dedicados ao período da ocupação nazista na França.³⁷⁰

Como podemos verificar, no Canal Futura, o dia temático surgiu como uma espécie de maximização de uma prática regular das emissoras de televisão, de explorar determinados temas em datas comemorativas ou efemérides, como pôde ser visto na *La Cinquième*. Porém, no Canal Futura há uma regularidade e uma sistematização dos conteúdos que favorece a divulgação, na condição de programação especial e numa relação direta com as atividades de mobilização comunitária. Desse modo, a importância dos dias temáticos não estava restrita ao discurso dos dirigentes do Futura, que o anunciavam como um dos diferenciais da emissora, fazia parte do plano de divulgação e assim foram utilizados inclusive para as ações publicitárias. “As peças produzidas para a divulgação foram: spot 30” veiculadas no Sistema Globo de Rádio e anúncio de ½ página cor publicado no Jornal O Globo”. Os anúncios foram publicados nas edições dos dias 26 e 27 de maio de 2000. Outro material produzido pelo Canal Futura, com vistas à divulgação

³⁶⁹ *Libération*, « Jean-Marie Cavada organise le Sidaction 96 » 24 de fevereiro de 1996.

³⁷⁰ *Les magazines de programmes*, “Journée de la citoyenneté » 13 de dezembro de 1997.

de sua programação, foi o cartaz de programação, “distribuídos mensalmente para cerca de 9 mil instituições que compõem a audiência dirigida do Canal Futura”.³⁷¹

Em editorial a *Revista Futura* reafirma a importância dos dias temáticos para a efetividade da mobilização de sua audiência:

Assim escolas sindicatos, associações comunitárias e todas as outras instituições que utilizam a programação do Canal do Conhecimento poderão constituir sua própria videoteca e dispor permanentemente deste acervo. “O Futura é um projeto educacional”, esclarece a gerente de Implementação Vilma Guimarães. “E acreditamos que a criação de videotecas como uma forma de ampliar e democratizar a utilização do nosso acervo”. Para isso, nenhuma oportunidade é tão rica e abrangente quanto um *Dia Temático*.³⁷²

Entre 1997 e 2000, o Canal Futura organizou 14 dias temáticos. Os planos iniciais da emissora davam conta de que a atração seria mensal. Mas já em 1998, com a realização de apenas seis, o canal não conseguiria cumprir sequer metade da meta estipulada. O quadro se agravou nos dois anos que se seguiram e os números de dias temáticos continuou decrescendo, culminando com a realização de apenas três em 1999 e os dois últimos no ano 2000 (quadro).

Quadro 6 – Dias Temáticos do Canal Futura (1997-2000)

Ano	Título
1997	<i>A conquista do espaço</i> <i>A cara do Brasil</i> <i>Dia Internacional da Criança</i>
1998	<i>Planeta Azul</i> <i>Brasil Moreno</i> <i>Terra à Vista</i> <i>Terra Futura</i> <i>Verde Esperança</i> <i>Direitos Humanos</i>
1999	<i>Esportes</i> <i>Toque Brasil</i> <i>Aluno, mostra a tua cara</i>
2000	<i>Eu invento, tu inventas, nós inventamos</i> <i>1,2,3, e já (dia internacional da Criança)</i>

Fonte: adaptado pelo autor a partir da *Revista Futura e Informativo Futura*

O primeiro dia temático realizado pelo Canal Futura ocorreu no sábado, dia 04 de outubro de 1997. A emissora decidiu celebrar os 40 anos do lançamento do satélite espacial *Sputnik*, ocorrido em 4 de outubro de 1957, com 16 horas de

³⁷¹ FUTURA. *Três anos do Canal do conhecimento*. Rio de Janeiro, 2000.

³⁷² *Revista Futura*, “A força de um dia temático”, mar./abr. 1998, p.6-8.

programação dedicadas ao tema. A conquista do espaço foi o eixo-condutor, com filmes, documentários, programas especiais e telejornais.³⁷³ Para comandar as atrações foram convidados os apresentadores do *Globo Ciência*³⁷⁴ Jaime Leibovich, Tatyane Goulart, Patrick de Oliveira e Luiz Fernando Petzhold que para entrar no clima do dia temático vestiram-se de astronautas.³⁷⁵

Além das tradicionais imagens da chegada do homem à lua, os telespectadores puderam assistir a um depoimento de Neil Armonstrong, ao *making of* do filme *Apollo 13* e reportagens especiais sobre as descobertas mais recentes do universo.³⁷⁶ Entre os destaques estava a entrevista realizada com a tripulação da estação orbital Mir, às 16h30.³⁷⁷ Foi possível, ainda, rever os episódios da série *Flash Gordon*, exibidos em três horários (8h30, 15h e 21h).³⁷⁸ Já os atores Marcos Breda, Julia Lemmertz e Zezé Motta foram escalados para ler poesias “celestes” de Carlos Drummond de Andrade, Maiakovski e Fernando Pessoa.³⁷⁹ O *Sala de Notícias* ganhou sua versão *Viagem no Tempo* e foi “exibido em preto e branco como se estivesse sendo visto no 4 de outubro de 1957, com os apresentadores vestindo modelitos da época”. No final da noite ainda houve a exibição do filme *Os eleitos*.³⁸⁰

O segundo dia temático do Canal Futura foi em homenagem ao Dia Nacional da Cultura e da Ciência. Intitulado “A cara do Brasil”, foi realizado, quarta-feira, 05 de novembro de 1997.³⁸¹ Às 16 horas de programação foram comandadas pelos apresentadores Ademyr Zanior e Lilian Fernandes, ambos da casa.³⁸² Em matéria o jornal *Tribuna do Bahia* informa que:

Esta é segunda vez que o Futura leva ao ar um ‘Dia Temático’, como é chamado o projeto, cuja proposta é aprofundar assuntos fundamentais para os estudantes em dias específicos. [...] O objetivo é possibilitar aos que gravarem a programação a formação de um rico acervo em suas videotecas.³⁸³

³⁷³ *Jornal do Brasil*, “O futuro é hoje”, Rio de Janeiro, 29 de setembro de 1997.

³⁷⁴ *O Dia*, “Lembrando o Sputnik”, Rio de Janeiro, 04 de outubro de 1997.

³⁷⁵ *Jornal da Tarde*, “No tempo do Sputnik”, São Paulo, 04 de outubro de 1997.

³⁷⁶ *Jornal do Brasil*, “O futuro é hoje”, Rio de Janeiro, 29 de setembro de 1997.

³⁷⁷ *Folha de S. Paulo*, “Futura promove dia temático”, São Paulo, 04 de outubro de 1997.

³⁷⁸ *Folha de S. Paulo*, “Futura promove dia temático”, São Paulo, 04 de outubro de 1997.

³⁷⁹ *Jornal do Brasil*, “De olho no céu”, Rio de Janeiro, 02 de outubro de 1997.

³⁸⁰ *Jornal da Tarde*, “No tempo do Sputnik”, São Paulo, 04 de outubro de 1997.

³⁸¹ *Folha de S. Paulo*, “Futura mostra a ‘Cara do Brasil’”, São Paulo, 1º de novembro de 1997.

³⁸² *O Globo*, “Comemoração no Futura”, Rio de Janeiro, 26 de outubro de 1997.

³⁸³ *Tribuna do Bahia*, “Cara do Brasil”, Salvador, 05 de novembro de 1997.

Entre os principais destaques havia uma entrevista com o escritor peruano Mario Vargas Llosa, transmitida ao vivo, às 18h30, direto da Academia Brasileira de Letras (ABL), no Rio de Janeiro.³⁸⁴ O programa, de duração de 40 minutos, ainda contou com a presença de Nélia Piñon, primeira mulher a assumir a presidência da ABL.³⁸⁵ Autoridades governamentais também estiveram presentes na telinha do Futura. O canal entrevistou o ministro da Cultura, Francisco Weffort e fez a cobertura do Encontro de Cultura Brasileira, com a participação do presidente Fernando Henrique Cardoso. Já o *Globo ecologia* contou com as presenças do compositor Tom Jobim e dos desenhistas Ziraldo e Maurício de Souza.³⁸⁶

A temática também despertou o interesse da concorrência. A TV Cultura abriu espaços ao longo da semana. Com destaques para o Roda Viva que entrevistou o coreógrafo Rodrigo Pederneiras, do grupo Corpo, além da exibição do documentário *O povo brasileiro* com Darcy Ribeiro.³⁸⁷

Em dezembro de 1997, o Canal Futura aproveitou o ensejo das comemorações do Dia Internacional da Criança, celebrado pela Unicef para realizar o seu terceiro dia temático. Na data, 14 de dezembro, toda a programação foi voltada para discutir os problemas da infância. O *Teca na TV*, por exemplo, ganhou uma hora a mais de duração para poder se aprofundar nas questões debatidas.³⁸⁸

No ano de 1998, o Canal Futura organizou oito dias temáticos, não conseguindo cumprir o planejamento inicial de um por mês. Ao final do mês de janeiro a emissora colocou no ar o dia temático *Tudo Azul*, a data celebrava o Dia dos Mares e Oceanos, conforme anunciou a publicidade no jornal *O Globo*: “Os oceanos ocupam 70% do planeta. E neste sábado, vão ocupar 100% da programação do canal Futura”. Além dessa chamada, o anúncio, de meia página, trouxe, na íntegra, a programação que iria ao ar no dia seguinte.³⁸⁹

No dia 21 de março de 1998, o Canal Futura apresentou o dia temático “Brasil Moreno”, comemorando o Dia Internacional pela Eliminação da Discriminação Racial, instituído pela ONU. A programação foi comandada pela atriz Patrícia França e o cantor Toni Garrido entre os participantes estavam o cantor Gilberto Gil e o

³⁸⁴ *O Estado de S. Paulo*, “Bastidores”, São Paulo, 02 de novembro de 1997.

³⁸⁵ *O Globo*, “Lhosa ao vivo”, Rio de Janeiro, 02 de novembro de 1997.

³⁸⁶ *Jornal do Brasil*, “Dia Nacional da Cultura é o assunto da semana”, Rio de Janeiro, 02 de novembro de 1997.

³⁸⁷ *Jornal do Brasil*, “Dia Nacional da Cultura é o assunto da semana”, Rio de Janeiro, 02 de novembro de 1997.

³⁸⁸ *O Globo*, “Dia Internacional da Criança”, Rio de Janeiro, 16 de novembro de 1997.

³⁸⁹ *O Globo*, Publicidade, Rio de Janeiro, 30 de janeiro de 1997.

geógrafo Milton Santos que comentaram pontos em comum, o primeiro do Rio de Janeiro e o segundo da Universidade de Stanford. O dia também contou com a participação do presidente da República Fernando Henrique Cardoso, em entrevista concedida à Regina Casé. Além de muita música ao longo de toda a programação, canções como: *Lourinha Bombril*, do grupo Paralamas do Sucesso; *Paratodos*, de Chico Buarque; e *Haiti* de Caetano Veloso e Gilberto Gil. O dia também teve atrações ligadas ao cinema, tais como o *making of* de *Amistad*, filme de Spielberg e a exibição de *Orfeu Negro*, de Marcel Camus, e mais a exibição dos curtas *Casa Grande e Senzala* de Geraldo Sarno e *Nélson Sagento* de Estevão Ciavatta, além da sessão Walter Salles com a exibição de *Socorro Nobre*.³⁹⁰ No editorial da *Revista Futura*, o 21 de março foi anunciado como o dia em que “o Futura mostra a força e a beleza da miscigenação racial do Brasil, mas discute sobre todos os ângulos, os avanços e problemas, as virtudes e diferenças, a convivência nem sempre pacífica entre as raças”.³⁹¹

O dia 22 de abril de 1998 foi dedicado às celebrações dos 500 anos de Descobrimento do Brasil. O dia temático *Terra à vista* contou com a participação especial de Caetano Veloso, que durante a programação apareceu lendo a carta de Pero Vaz de Caminha, além de cantar a música *Os argonautas*.³⁹² Houve ainda visitas guiadas ao Museu da República, no Rio de Janeiro, e ao Forte das Cinco Pontas, em Recife.³⁹³ E a veiculação de uma “cópia novíssima” do filme *O Descobrimento do Brasil*, do cineasta brasileiro Humberto Mauro.³⁹⁴

No mês de junho foi a vez de refletir sobre o Dia Internacional do Meio Ambiente. Para esse dia temático, intitulado *Terra Futura*, além das tradicionais 24 horas de programação, a emissora realizou atividades locais em 10 capitais brasileiras. No Rio de Janeiro, Vinícius de Oliveira e Vivian Weyll subiram o Morro Dona Marta “para plantar mudas nas encostas, acompanhados de garis comunitários e de crianças da creche local”. Na programação um debate mediado pelo jornalista Joelmir Betting, com a participação do ministro do Meio Ambiente, Gustavo Krause e o pesquisador Paulo Nogueira Neto. Houve ainda a exibição de

³⁹⁰ *Jornal do Brasil*, “Futura exalta o ‘Brasil moreno’”, Rio de Janeiro, 21 de março de 1998.

³⁹¹ *Revista Futura*, “A força de um dia temático”, mar./abr. 1998, p.6-8.

³⁹² *Jornal do Brasil*, “Atores dão aula de português na TV”, Rio de Janeiro, 22 de abril de 1998.

³⁹³ *Revista Futura*, “Plantando sementes”, nº 5, set./out., 1998 p.16-17.

³⁹⁴ *Revista Futura*, “A força de um dia temático”, mar./abr. 1998, p.6-8.

imagens gravadas do projeto *Tom da Mata*, com Ed Motta e o Quarteto Morelembaum interpretando músicas de Tom Jobim na Lagoa Rodrigo de Freitas.³⁹⁵

A TV Cultura também fez uma cobertura especial do Dia do Meio Ambiente, tal qual havia feito no Dia Nacional da Cultura. Na programação, o *Repórter Eco* apresentou a Expo 98, encontro realizado em 22 de maio em Lisboa, Portugal, para discutir o tema. A emissora paulista veiculou ainda o documentário *A preservação das tartarugas em quelônios da Amazônia* que narra o trabalho do Ibama na preservação das espécies. A *Turma da Cultura*, ainda tratou da temática do lixo e suas consequências para o planeta.³⁹⁶

No dia 05 de setembro, às vésperas do seu primeiro aniversário, o Canal Futura apresentou o dia temático *Verde Esperança*, em homenagem ao Dia da Amazônia. Durante 24 horas, das 7h até as 7h do dia seguinte, a emissora apresentou, discutiu e possibilitou que seu telespectador contemplasse as belezas naturais e culturais do povo da floresta”.³⁹⁷ O ano de 1998 foi encerrado com um dia temático dedicado aos direitos humanos. Durante todo o dia 05 de dezembro, Glória Maria e Caco Barcellos apresentaram discussões sobre o tema a partir de diversas perspectivas, desde as discussões nas comunidades, passando pelo debate das leis até chegar aos projetos educacionais.³⁹⁸

Se em 1998 o número de dias temáticos ficou abaixo da expectativa, em 1999 a produção continuaria em declínio. O primeiro do ano só foi ao ar no dia 27 de fevereiro. Tratava-se do *Bola pra frente*, totalmente dedicado aos esportes, o dia temático contou com a apresentação de Raí e da triatleta Fernanda Keller.³⁹⁹

Do esporte para a música. No dia 08 de maio, o Canal Futura apresentou o dia temático *Toque Brasil*, dedicado inteiramente à música. Mas o dia não estava restrito a paixão dos brasileiros por ritmos, sons e melodias, ao menos foi o que garantiu, a coordenadora do dia temático, Cristina Bittencourt: “Não vamos apenas falar da vocação do brasileiro para a música, queremos mostrar principalmente como ela influencia e melhora a vida das pessoas”.⁴⁰⁰

O dia temático *Toque Brasil* foi apresentado pelos integrantes da banda Kid Abelha. Paula Toller, Bruno Fortunato e George Israel trocaram os instrumentos pelo

³⁹⁵ *Jornal do Brasil*, “Dia para pensar no meio ambiente”, Rio de Janeiro, 05 de junho de 1998.

³⁹⁶ *Jornal do Brasil*, “Dia para pensar no meio ambiente”, Rio de Janeiro, 05 de junho de 1998.

³⁹⁷ *Jornal do Brasil*, “Programação ecológica”, 05 de setembro de 1998.

³⁹⁸ *Revista Futura*, Direitos humanos, nov./dez. de 1998.

³⁹⁹ *Revista Futura*, Esporte, jan. 1999.

⁴⁰⁰ *O Globo*, “Um dia inteiro só de música”, Rio de Janeiro, 08 de maio de 1999.

teleprompter e sem improvisos comandaram o dia de programação do canal (figura 54).

Figura 54 – Cenas do Dia Temático *Toque Brasil*



Fonte: adaptado pelo autor a partir de vídeo do site *YouTube*.⁴⁰¹

Matéria do jornal *O Globo* apresentou os destaques do dia:

Pela manhã a ênfase será na área social. “Música e Transformação” vai mostrar projetos como o do grupo Ara Ketu, que financia oficinas de arte para 600 crianças pobres em Salvador. À tarde, vários programas mostrarão as profissões relacionadas à música. A seguir, será exibido “Mistura Popular Brasileira”, jam session mediada por Lenine que traz grupos tão distintos quanto Farofa Carioca, Dread Lion, Roda de Saia, O Berro, Acorda Bamba e Bambu. E à noite serão exibidos o show “Barulhinho bom”, de Marisa Monte, e o filme “Fama”. A equipe do canal também criou vários interprogramas. Haverá ainda edições especiais dos programas “Sala de notícias”, *Jornal Futura* e *Nota 10*.⁴⁰²

O Canal Futura comemorou seu segundo aniversário com a realização de mais um dia temático. Dedicado aos estudantes, a programação intitulada “Aluno, mostra a tua cara” foi comandada pelos atores Leandra Leal e Caio Blat. Uma das principais atrações do dia temático era a estreia do apresentador Serginho Groisman na tela do Canal Futura. Recém contratado pela Rede Globo, o ex-apresentador do *Programa Livre* no SBT, comandou um debate, aos moldes de seu antigo programa, sobre sexo, drogas, movimento estudantil com 150 jovens e com a presença do sexólogo Jairo Bauer, do programa *Erótica* da MTV. Gilberto Dimenstein comandou uma discussão com cinco adolescentes sobre a relação entre os jovens e a mídia. O *Jornal Futura* recebeu a participação de diversos estudantes, responsáveis pela montagem das reportagens e sua apresentação. Do mundo da música, participaram

⁴⁰¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wW8zaF4jJLE> Acesso realizado em: 15 de junho de 2017.

⁴⁰² *O Globo*, “Um dia inteiro só de música”, Rio de Janeiro, 08 de maio de 1999.

da programação os cantores Fagner, Lenine, Cássia Eller, Nando Reis, além dos grupos Mestre Ambrósio, Negritude Jr. e Biquini Cavado, muitos deles lembrando seus dias de escola. A programação ainda contou com uma entrevista da primeira-dama Ruth Cardoso, comentando o projeto Comunidade Solidária do governo federal.⁴⁰³

No ano 2000, o Canal Futura realizou apenas dois dias temáticos. O primeiro ocorreu no dia 27 de maio, com o título “Eu invento, Tu inventas, Nós inventamos”, foi dedicado à ciência e tecnologia. O eixo-condutor foi acompanhar as tarefas cotidianas de um casal de adolescentes. Tomar café-da-manhã, acessar a internet, ver televisão, ir à escola, cada uma dessas atividades era relacionada aos produtos e resultados da ciência e tecnologia.⁴⁰⁴

As atrações do dia foram apresentadas pelos atores Fernanda Rodrigues e Thierry Figueira. Na programação, um especial mostrando os bastidores das emissoras americanas CNN e *Weather Channel* e o *Caiu na rede*, sobre internet, apresentado por Serginho Groisman, com a participação especial dos cantores Paulinho Moska e Vanessa Barum, do ator José de Abreu e do jogador de futebol Maurinho, do Flamengo, contando suas experiências com a rede mundial de computadores. De acordo com Mônica Pinto, à época coordenadora do núcleo de conteúdo do Canal Futura, foram feitas parcerias com a Fiocruz e a Casa da Ciência, que disponibilizaram equipes na Central do Brasil, no Rio de Janeiro, para debater às “grandes invenções como a vacina e a luz elétrica”.⁴⁰⁵ A emissora comemorou a audiência do dia temático, segundo dados internos “a Central de Atendimento ao Telespectador”, recebeu 5,8 mil acessos de telespectadores com a promoção “Toque de Gênio”, no qual os participantes respondiam perguntas sobre cientistas como Einstein e Carlos Chagas.⁴⁰⁶

O último dia temático realizado pelo Canal Futura foi, mais uma vez em comemoração do Dia Internacional da Criança da Unesco. A emissora fez parte de um *pool* com outras televisões educativas de todo o mundo. Apresentaram as atrações do dia os atores mirins Priscila Campos, André Luiz Miranda, Gustavo Pereira da Silva e Marina Góes.⁴⁰⁷

⁴⁰³ *Revista Futura*, “Aluno, mostra a tua cara”, out. 1999, p.34

⁴⁰⁴ *Informativo Futura*, “Ciência e tecnologia no primeiro Dia Temático do ano”, nº12, maio 2000.

⁴⁰⁵ *O Globo*, “Dia temático do Futura é dedicado às invenções”, Rio de Janeiro, 26 de maio de 2000.

⁴⁰⁶ *Informativo Futura*, “O sucesso do Dia Temático”, nº13 maio de 2000.

⁴⁰⁷ *Informativo Futura*, “As crianças ligadas no Canal”, nº17 dez. 2000.

Os dias temáticos representaram para o Canal Futura uma estratégia para atingir a atenção da audiência a partir de uma programação inteiramente construída sob um único eixo-temático. A estratégia funcionou nos primeiros meses, mas aos poucos foi perdendo sua força dentro da emissora, talvez pela dificuldade do canal em mobilizar tantos agentes ao mesmo tempo para um único dia de programação. Havia ainda outros fatores, que podem ter sido decisivos no encerramento dos dias temáticos, pois ao mesmo tempo em que um tema possui uma capacidade de aglutinar determinada audiência ele também tem o efeito contrário, afastando os telespectadores que não se identificariam com o tema. Além da dificuldade de acompanhamento efetivo da formação de videotecas pelas instituições parceiras, uma das justificativas da existência do dia temático.

Enquanto existiram, os dias temáticos se mostraram um espaço aberto não somente a múltiplos temas, como também um palanque privilegiado para agentes ligados ao governo federal. Sempre que possível, havia a participação de algum integrante do alto escalão do governo, fosse ele ministro de Estado, ou mesmo o próprio presidente da República, e até a então primeira-dama. Como estamos analisando um dia cuidadosamente pensado, essas participações nos revelam tanto a legitimação que o governo dava à iniciativa da FRM quanto à sincronia de agendas educacionais no final dos anos 1990.

A análise dos aspectos gerais da grade de programação da *La Cinquième* e do Canal Futura revelou alguns eixos comuns, próprios do meio televisivo, e que não sofrem grandes influências devido às naturezas distintas das emissoras. Entre tais aspectos, destacamos: a produção de programas inéditos (em relação direta com produtores independentes); o uso de programas antigos; as reprises e multidifusões; o tamanho dos programas (13', 26', 52'); os intervalos, chamados de interprogramas; a preocupação central das duas emissoras em criar uma programação centrada no eixo educação/conhecimento, mas de uma forma que não fosse entediante.

Percebemos nas duas experiências uma tentativa de descolamento de uma concepção tradicional de TV educativa, que se ligaria a uma dimensão instrucional, de cursos e teleaulas. E, ainda que as duas emissoras tenham investido nesse tipo de programação notamos um esforço no restante da grade em buscar formas de veiculação dos conteúdos distintas dessa estética educativa tradicional.

A mescla de gêneros televisivos foi um outro elemento presente nas trajetórias da *La Cinquième* e do Canal Futura. Pautados por objetivos educativos,

as emissoras lançariam mão dos mais diversos gêneros como ficou demonstrado. Outra característica seria um apuro/cuidado maior com o tratamento da informação. Ou seja, uma preocupação em aprofundar determinadas questões, diferentemente do que ocorre nas emissoras generalistas. Havia ainda os interprogramas que indicavam uma distinção ainda maior, pois a programação continuava mesmo durante os intervalos.

Mas não havia apenas semelhanças. A principal distinção entre o Canal Futura e a *La Cinqüème*, no âmbito da programação, ocorre pelo grande destaque que os programas produzidos e veiculados pela Rede Globo recebem. Nesse sentido, destacam-se os elementos produzidos pela Central Globo de Jornalismo e pelo Núcleo de teledramaturgia. O aproveitamento do material audiovisual é notado ao longo de toda a sua programação. Programas como *Globo Ciência*, *Globo Ecologia*, *Jornal Nacional* e *Globo Repórter*, além das telenovelas e minisséries, eram aproveitados como forma de ilustração de determinado assunto, ou mesmo como pontos centrais de programas. Há casos em que os programas do Futura constituem-se como uma espécie de reedição daqueles produzidos pela Rede Globo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os elementos históricos indicam que as distinções entre os modelos televisivos se configuraram como parte estruturante da organização e do espaço da TV educativa na França e no Brasil. No caso francês, o elemento cultural-educativo esteve presente na grade de programação das emissoras durante mais de três décadas. Havia ainda os programas da *Télévision Scolaire* ocupando horários matutinos, dessa forma, não houve o interesse ou a necessidade de criação de um canal exclusivamente educativo. Situação modificada durante a década de 1980 com a quebra do monopólio público, o surgimento das emissoras privadas e uma alteração sem precedentes na paisagem audiovisual francesa. O forte desequilíbrio entre as audiências, em favor das emissoras comerciais e seus programas de entretenimento, fez com que as autoridades francesas, nos anos 1990, buscassem reequilibrar o setor com a reserva de novos espaços para os conteúdos culturais e educativos, o que se concretizou na criação do *ARTE* e da *La Cinquième*, canais específicos para cada uma das áreas.

No Brasil, o surgimento dos primeiros canais educativos ocorreu na década de 1960, momento em que a televisão comercial já caminhava para sua consolidação com base no par entretenimento/informação, deixando pouco espaço para os conteúdos educativos, restritos aos casos da TV Cultura, em sua fase privada, e as experiências de Gilson Amado na TV Continental. Mas seria o Estado o maior responsável pelo preenchimento dessa lacuna por meio da criação de emissoras educativas, como a TV Universitária de Pernambuco, a aquisição da TV Cultura de São Paulo e a TVE do Rio de Janeiro. Mas apesar das emissoras educativas, o setor privado se sentiu impelido a retomar a produção de programas educativos com destaque para as atuações da Fundação Roberto Marinho e da Rede Globo. Inicialmente, ainda em parceria com a TV Cultura houve a criação do *Telecurso 2º Grau* (1978), programa que se tornou um paradigma em seu formato e que abriu caminho para outras experiências tais como o *Telecurso 1º Grau* (1981), o *Globo Ciência* (1984), o *Globo Ecologia* (1990), o *Telecurso 2000* (1995) e a criação de uma emissora voltada para a educação, o Canal Futura (1997).

A *La Cinquième* e o Canal Futura ao reforçar a ideia de compromisso com a difusão do conhecimento, ao longo de suas trajetórias, buscavam romper com uma imagem ligada as antigas emissoras educativas, que tinham suas produções

associadas a programas chatos e entediantes. Nas duas emissoras, a noção de conhecimento tinha o objetivo de trazer um ar moderno, arrojado, tornar o canal mais leve, conectado ao mundo das descobertas, e pronto para fazer da televisão uma ferramenta relevante na superação das desigualdades socioeconômicas ainda existente, além de estar preparado para os desafios do século XXI. Esse aspecto ficou latente, nos discursos dos dirigentes, nas diversas campanhas publicitárias e em atrações específicas da programação.

Porém, a trajetória da *La Cinqüième* e do Canal Futura não se resumiu à busca pela produção e difusão de conteúdos educativos. Muito além do conhecimento, a criação das duas emissoras respondeu a questões específicas dentro de cada um dos campos televisivos. No caso da *La Cinqüième*, havia uma disputa pela hegemonia na produção de conteúdos audiovisuais educativos que não se restringia à França, mas buscava atingir o mercado europeu. No caso do Canal Futura, havia uma clara indicação, por parte de seus organizadores, em demonstrar a capacidade da iniciativa privada na produção de conteúdos educativos suplantando as iniciativas tradicionais advindas do poder público na organização de emissoras educativas.

Ao longo dos primeiros anos de existência, as duas emissoras buscaram cumprir seus objetivos específicos, mas, paralelamente, tiveram de enfrentar problemas e desafios. Durante alguns anos, a *La Cinqüième* esteve implicada no imbróglio da possível fusão com o *ARTE*, indefinição que afetou diretamente a gestão da emissora, culminando com a troca de Jean-Marie Cavada por Jérôme Clément. No Canal Futura, os maiores desafios foram de ordem interna, com a busca constante por um rearranjo da estrutura organizacional da emissora que respondesse de forma mais eficiente aos objetivos propostos, inclusive com a contratação de consultorias privadas.

La Cinqüième e o Canal Futura ainda tiveram de lidar com as dificuldades de audiência e os limites de sua atuação. A dinâmica do campo televisivo reservou aos agentes envolvidos na produção de conteúdos educativos lugares marginais no campo, condição que tem menos relação com a natureza pública ou privada das emissoras, mas são tributários da estrutura e dinâmica do campo. A veiculação de conteúdos educativos na televisão carrega um paradoxo, pois apesar de serem vistos como importantes e legítimos, a baixa adesão da audiência e, conseqüentemente, as dificuldades de retorno financeiro, os impedem de investir em

produções maiores, com mais recursos e com capacidade de competir com outros gêneros e formatos estabelecidos, foram poucos os programas que conseguiram superar essa lógica, no Brasil, por exemplo, exceções como o *Castelo Rá-Tim-Bum* apenas confirmam essa regra. Há também uma disputa acirrada dentro do campo televisivo pelo direito de dizer aquilo que deve ou não ser produzido e veiculado, e mesmo sobre as potencialidades e os limites dos conteúdos educativos na televisão. A troca de acusações, críticas e juízos sobre a necessidade de melhoria dos conteúdos televisivos também faz parte dessa disputa.

No âmbito da programação, o cruzamento do audiovisual educativo francês e brasileiro revelou aspectos importantes no modo em que cada uma das emissoras buscou trabalhar seus conteúdos. *La Cinquième* e o Canal Futura apesar da ênfase no conhecimento buscaram articular tal especificidade às três categorias clássicas da televisão – educação, informação e entretenimento. As duas emissoras buscaram apresentar agentes de posição privilegiada no campo televisivo, por exemplo, artistas e jornalistas ligados aos programas de entretenimento e informação, para legitimar as suas ações. No caso da *La Cinquième*, não foram poucos os agentes com trânsito nas emissoras comerciais. E no Canal Futura, havia uma ligação estreita com a Rede Globo, que passava não só pelo aproveitamento de seu *casting*, como de parte de seus programas.

Por fim, cabe dizer que o impacto de cada uma das emissoras em seus campos televisivos guardou especificidades. No caso francês, a *La Cinquième*, apesar das inúmeras tentativas não conseguiu responder plenamente aos objetivos colocados inicialmente pelos seus idealizadores, entre eles o de combater a crise social, o desemprego, integrar a sociedade e se tornar um polo desenvolvedor de audiovisual educativo, à altura dos Estados Unidos e da Grã-Bretanha. Como principal consequência a emissora sofreu com uma forte mudança na sua grade de programação, na identidade visual e a troca de nome a partir de janeiro de 2002. No caso brasileiro, o Canal Futura apesar de suas dificuldades de organização interna conseguiu se estabelecer no campo televisivo brasileiro e, ainda que em termos de produção a emissora tenha se servido de muito do que já havia sido produzido pela Rede Globo, diferentemente da *La Cinquième*, o Futura pode manter seus objetivos iniciais, ainda que as ambições e pretensões do momento de inauguração fossem revistas e readequadas as limitações impostas pela transmissão em TV por assinatura e antenas parabólicas.

Ao conhecer as experiências da *La Cinquième* e do Canal Futura, percebe-se que a década de 1990 marcou o último grande momento de ações e debates sobre a televisão educativa, na forma que até então se conhecia. A concepção de TV educativa, que surgiu nos anos 1950 como um sonho, uma utopia, buscada por inúmeros entusiastas, e que atravessou as fases de institucionalização e retomada deixaria de existir e a televisão passaria o bastão da corrida pela educação a outro meio. Ao final dos anos 1990, todas as experiências educativas na televisão, incluindo a *La Cinquième* e o Canal Futura, já passariam a buscar a interface com a Internet. E nos anos 2000, a expansão e popularização da rede mundial de computadores e a crescente difusão da banda larga ampliariam consideravelmente os horizontes da educação à distância.

FONTES

Periódicos

O Globo

Jornal do Brasil

Le Monde

Le Figaro

Les Échos

Libération

Canal Futura

Clipping Canal Futura (1997)

Informativo Futura (n. 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 23, 24, 25, 26, 29, 31, 36, 37, 38, 39)

Revista Futura (n. 1, 3, 4, 5, 6, 7 e 8)

Fundação Roberto Marinho, *Canal de Educação*, Rio de Janeiro, 1996.

Canal Futura, *Três anos do canal do conhecimento*, Rio de Janeiro, 2000.

Canal Futura, *Quatro anos do canal do conhecimento*, Rio de Janeiro, 2001.

Canal Futura, *Cinco anos do canal do conhecimento*, Rio de Janeiro, 2002.

Canal Futura, *Anuário de programação*, 2005.

Draft World Wide, *Canal Futura*, Rio de Janeiro, 13 de março de 2001.

Laboris, *Planejamento Estratégico*, Rio de Janeiro, 14 de julho de 1999.

Laboris, *Relatório de Macro Processos*, Rio de Janeiro, 30 de agosto de 1999.

Laboris, *Projeto de Reestruturação do Canal Futura*, 20 de outubro de 1999.

Laboris, *Estratégias de Implantação*, Rio de Janeiro, 28 de outubro de 1999.

Retrato. *Pesquisa qualitativa – FRM – Canal de Educação*, Rio de Janeiro, 1996.

Inathèque (fundos)

Jacques Durand

Régine Chaniac

Jean Pierre Jezequel,

CSA: versement 2009;

CSA: versement 2004;

Canal Plus: Télévision.

Les Magazines des programmes

Arquivos France Télévisions

Cartazes publicitários.

INA, "La Cinquième", Service des Etudes, Juillet 1996.

LA CINQUIÈME. *Regards sur la télévision du savoir de la formation et de l'emploi*. 1997.

LA CINQUIÈME. *Présentation des comptes de l'exercice 1999*. Rapport de Gestion. 2000.

LA CINQUIÈME. *Présentation des comptes de l'exercice 2000*. Rapport de Gestion. 2001.

Audiovisual (La Cinquième)

Arrêt sur images (06/04/1997, 08/06/1997, 19/04/1998, 24/05/1998).

Atout savoir (08/01/1996).

Business humanum est (18/03/1995, 06/04/1996).

C'est pas normal! (19/02/1995, 25/05/1997).

Ça bouge (11/05/1996, 15/05/1996).

Ça déménage (01/01/1995).

Cinq sur cinq (08/10/1999).

Cogito (08/05/1995, 05/05/1995).

Demain le travail (07/10/1996).

Droit d'auteurs (24/03/1996).

Econoclaste (27/02/1999).

Emploi (02/01/1995).

Eurojournal (11/01/1995).

Fête des bébés (12/09/1998, 27/01/2001).

Gaïa (09/09/1996).

Galilée (19/09/1997).

Journal de la création (26/09/1999, 08/09/1996, 30/04/2001).

L'oeuf de Colomb (05/02/1995).

La preuve par Cinq (17/04/1995).

Le français histoire d'un combat (13/10/1996).

Le journal de l'histoire (17/03/2001).

Le journal de la santé (04/04/2001).
Le journal du temps (10/01/1995).
Le sens de l'Histoire (06/07/1997, 14/01/2001).
Les amis de Sésame (21/01/2001).
Les écrans du savoir (16/12/97).
Les enfants de John (09/01/1996).
L'esprit du sport (26/04/1995).
Mag 5 (15/11/1997).
Net plus ultra (19/03/1997).
On aura tout lu! (15/09/2001).
Opinions publiques – 09/01/1995).
Pi = 3,14... (02/01/1999).
Profession diplomate (07/08/2001).
Qui vive (08/03/1997).
Silence, ça pousse (05/06/1999).
Va savoir (03/10/1995, 08/09/2001).
Victor (07/01/1996).

Audiovisual (Canal Futura)

Afinando à Língua (ep. 21)
Alô, Vídeo Escola (s./d.)
Aventuras no Arquivo C (26/12/1997 – ep.39)
Boa Notícia (ep. 26)
Brava Gente Brasileira (ep. 09)
Cine Profissões (05/11/1997)
De Frente pra Vida (s./d.)
Faixa Comentada (s./d.)
Feito à mão (ep.06)
Futura na sala de aula (s./d.)
Futura Profissão (ep.07)
Jornal Futura (18/10/2002)
Livros Animados (s./d.)
Nota 10 (05/11/2002)
Profissão Empresário (ep.36)

Sala de Notícias (31/10/1997)

Tá Ligado?! (ep.15)

Teca na TV (ep.114)

Tirando de Letra (03/12/1997)

Umas Palavras (20/08/2002)

Via TV – (ep.08)

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Rui Souto. **O Papel da Televisão educativa no Brasil**: estudo de caso da TVE-Amazonas. Dissertação de mestrado. São Paulo: USP, 1983.

ANDERSON, Perry. “Balanço do neoliberalismo”. In: SADER, Emir; GENTILI, Pablo. **Pós-neoliberalismo**: as políticas sociais e o Estado democrático. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

AZEVEDO, TV Gazeta. In: ABREU, Alzira Alves de *et al.* (coord.) **Dicionário histórico-biográfico brasileiro pós-1930**. Rio de Janeiro: FGV; CPDOC, 2001.

BARROS FILHO, Eduardo Amando de. **Por uma televisão cultural-educativa e pública**: a TV Cultura de São Paulo, 1960-1974. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011.

BARROS, José d’Assunção. História comparada – um novo modo de ver e fazer a História. **Revista de História Comparada**. Rio de Janeiro, v.1, n.1, jun. 2007. pp.1-30.

_____. **História Comparada**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2014.

BECKER In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010. pp.239-257.

BERNO, Monise Cristina. **Entre a Cruz e a Antena de TV**: “Um dia sem TV” em prol do “bom senso” (Assis, 1978 – 1983). Dissertação de Mestrado. Assis: UNESP, 2010.

BERSTEIN, Serge; MILZA, Pierre. **Histoire de la France au XXe siècle**. III. 1958 à nos jours. Paris : Perrin, 2006.

BIGNELL, Jonathan; FICKERS, Andrea (orgs.) **A European Television History**. London : Blackwell, 2008.

BLOCH, Marc. “Para uma história comparada das sociedades europeias”. In: BLOCH, Marc. **História e historiadores**: textos reunidos por Étienne Bloch. Lisboa: Teorema, 1998. pp.119-150.

BOTIN, Livia Maria. **Ciência e tecnologia em debate**: uma análise das entrevistas do programa *Roda Viva*, da TV Cultura (1986-2006). Tese (Doutorado em História). São Paulo: USP, 2016

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

_____. **O Senso prático**. Petrópolis-RJ : Vozes, 2009.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BOURDON, Jérôme Les techniques de production et les professionnels à la

télévision française depuis 1974. **Réseaux**, volume 11, n°2, 1993. pp. 11-25.
 _____. « Les patrons, les dirigeants ». In: JEANNENEY, Jean-Noël (Org.) **L'écho du siècle** : Dictionnaire historique de la radio et de la télévision. Paris : Hachette, 2001. pp. 336-340.

_____. Comment écrire une histoire transnationale des médias ? – L'exemple de la télévision en Europe. **Le Temps des médias**, 2008/2 n° 11, p. 164-181.

_____. **Du service public à la télé-réalité**. Une histoire culturelle des télévisions européennes, 1950-2010. Paris: INA Éd. coll. Médias Histoire, 2011.

_____. **Haute Fidélité** : pouvoir et télévision, 1935-1994. Paris : Éditions du Seuil, 1994.

_____. **Histoire de la télévision sous de Gaulle**. Paris : Anthropos-INA, 1990.

BRANDÃO, Ana Paula. **Os discursos do conhecimento: a experiência do Canal Futura**. Dissertação de Mestrado (Comunicação). ECO/UFRJ, 2000.

BRAUNE, Bia; RIXA. **Almanaque da TV**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: da Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BRITTOS, Valério Cruz. **Recepção e TV a cabo: a força da cultura local**. São Leopoldo: Unisinos, 2000.

_____; SIMÕES, Denis Gerson. “A reconfiguração do mercado de televisão pré-digitalização”. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010. pp.219-237.

BUCCI, Eugênio (org.). **A TV aos 50**. Criticando a televisão brasileira em seu cinquentenário. São Paulo: Perseu Abramo, 2000.

_____; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre a televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

BURBAGE, R.; CAZEMAJOU, J.; KASPI, A. **Os meios de comunicação nos Estados Unidos**: imprensa, rádio, televisão. Rio de Janeiro: Livraria AGIR Editora, 1973.

BURKE, Peter. **Testemunha ocular**. Bauru: EDUSC, 2004.

BUSETTO, Áureo. “Um polígrafo na telinha: o humor televisivo de Millôr Fernandes (1959-1965)”. **ArtCultura**, Uberlândia, v.18, n.32, 2016, p.131-151.

_____. “Vale a pena ver de novo – organização e acesso a arquivos televisivos na França, Grã-Bretanha e no Brasil”. **História (São Paulo)**, v.33, n.2, p. 380-407, jul/dez, 2014.

_____. A mídia brasileira como objeto da história política: perspectivas teóricas e fontes. In: SEBRIAN, Raphael Nunes Nicolletti (org.). **Dimensões do político na historiografia**. Campinas: Pontes Editora, 2008. pp. 9-23.

_____. Em busca da caixa mágica: o Estado Novo e a televisão. **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v. 27, nº 54, 2007b, pp. 177-196.

_____. Ensino sobre a TV: preâmbulo de uma pesquisa. In: PINHO, Sheila Zambello, SAGLIETTI, José Roberto Corrêa i. (org.). **Núcleos de Ensino**. São Paulo: Editora UNESP, 2005, v. 1, p. 215-231.

_____. Está entrando na sala de aula o Jornal Nacional: perspectivas para uma prática didática do ensino sobre a TV. In: PINHO, Sheila Zambello; SAGLIETTI, José Roberto Corrêa. (org.). **Núcleos de Ensino**. São Paulo: Editora UNESP, 2006, p. 677-695.

_____. Relações entre TV e poder político: dados históricos para um programa de leitura dos produtos televisivos no ensino e aprendizagem. In: PINHO, Sheila Zambello de; SAGLIETTI, José Roberto Corrêa. (org.). **Núcleos de Ensino**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2007a, p. 178-207.

_____. Sem aviões da Panair e imagens da TV Excelsior no ar: um episódio sobre a relação regime militar e televisão. In: KUSHNIR, Beatriz (org.). **Maços na gaveta: reflexões sobre a mídia**. Niterói: Eduff, 2009. pp. 53-64.

_____. Sintonia com o contemporâneo: a TV como objeto e fonte da História. In: BEIRED, José Luís Bendicho; BARBOSA, Carlos Alberto Sampaio. (orgs.). **Política e identidade cultural na América Latina**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. pp. 153-175.

CAMARGO, Cláudio. “O meio é a mensagem: a globalização da mídia”. In: MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tania Regina. **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008. pp. 269-284.

CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2006.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

CASTRO, Cosette. “Globo e educação: um casamento que de certo”. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, Cpesar Ricardo Siqueira (orgs.) **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

CAVADA, Jean-Marie. **Une marche dans le siècle**. Paris : Calmann-Lévy, 2006

CHAMPETIER, Valérie ; FONNET, Laurent. **Circulations des œuvres patrimoniales en France et comparaison européennes**. Paris, 2010.

CHAMPION, Rémy de ; DONARD, Benoît. **Les programmes audiovisuels**. Paris : Rapères ; La Découverte, 2014.

CHAUVEAU, d'Agnès; DEHÉE, Yannick (org.) **Dictionnaire de la télévision française**. Paris : INA ; Nouveau Monde, 2007.

CLÉMENT, Jérôme. **Le choix d'arte**. Paris: Grasset, 2011.

COHEN, Evelyne ; GOETSCHÉL. « Le service des archives de France Télévisions : entre logique d'entreprise et vocation patrimoniale ». In : **Sociétés & Représentations** 2015/1 (N° 39), p. 165-176.

_____. O jornalismo de televisão e suas mutações: anos 1980-1990 na França. In: GOMES, Itania, Maria Mota (org.) **Análise de Telejornalismo: desafios teórico-metodológicos**. Salvador: Edufba, 2012.

_____; LÉVY, Marie-Françoise (org.). **La télévision des Trente Glorieuses : Culture et politique**. Paris: CNRS éditions, 2007.

_____; TSIKOUNAS, Myriam (org.). **1967 au petit écran : Une semaine ordinaire**. Paris : PUF, 2014.

_____. **La télévision sur la scène du politique : Un service public pendant les Trente Glorieuses**. Paris : INA ; L'Harmattan, 2009.

CONDORCET, Jean-Antoine-Nicolas de Caritat, marquis de. **Cinco memórias sobre a instrução pública**. São Paulo: Editora UNESP, 2008.

DELPORTE, Christian ; D'ALMEIDA, Fabrice. **Histoire des médias en France de la grande guerre à nos jours**. Paris, : Champs Flammarion, 2010.

DETIENNE, Marcel. **Comparer l'incomparable**. Paris : Éditions du Seuil, 2009.

DICIONÁRIO DA TV GLOBO. Rio de Janeiro, Zahar, 2003.

DUCCINI, Hélène. La télévision scolaire en 1967. IN : COHEN, Evelyne ; TSIKOUNAS (org.). **1967 au petit écran : Une semaine ordinaire**. Paris : PUF, 2014.

ECK, Hélène. « La Radiodiffusion-Télévision Française (RDF-RTF) ». In: JEANNENEY, Jean-Noël (Org.) **L'écho du siècle : Dictionnaire historique de la radio et de la télévision**. Paris : Hachette, 2001 2001, p.46-48.

FERRO, Marc. **Cinema e História**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

FERRO, Marc. **L'Aveuglement**. Une autre histoire de notre monde. Paris : Tallandier, 2015.

FINGUERUT, Silvia; Sukman, Hugo (org.). **Fundação Roberto Marinho 30 anos**. Rio de Janeiro: Goal, 2008.

FRANCFORT, Elmo. **Av. Paulista, 900: a história da TV Gazeta**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2010.

FRANCO, Maria Ciavatta. "Formação profissional para o trabalho incerto: um estudo comparativo Brasil, México e Itália". In: FRIGOTTO, Gaudêncio (org.) **Educação e crise do trabalho**: perspectivas de final de século. 7ª ed. Vozes: Petrópolis, 2005.

FREIRE FILHO, João. "Por uma nova agenda de investigação da História da TV no Brasil." In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; HERSCHMANN, Micael. **Comunicação e História**: interfaces e novas abordagens. Rio de Janeiro: Globo Universidade; Maud X, 2008. pp. 127-144.

GAILLARD, Isabelle. **La télévision** : histoire d'un objet de consommation, 1945-1985. Paris : Éditions du Comité des travaux historiques et scientifiques ; INA, 2012.

GARCIA, Débora; BRANDÃO, Ana Paula (orgs). **Comunicação e Transformação Social**: a trajetória do Canal Futura. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos-Canal Futura, 2008.

_____; LIBONATI, André; EITLER, Kitta (orgs.). **Comunicação e Transformação Social 2**: Canal Futura 15 anos na estrada. São Leopoldo-RS: Editora Unisinos, 2012.

GARCIA, Emilla Grizende. **Isto deve ser obra da esquerda comunista, marronzista e badernenta**: sociedade e política na telenovela "O Bem-Amado". 2016.

_____. O Brasil de O Bem-Amado: tradição *versus* modernidade (1973). **Faces da História**. Vol.3 n.2 jul.dez 2016.

GAUVARD, Claude ; SIRINELLI, Jean-François (dir.). **Dictionnaire de l'historien**. Paris : PUF, 2015.

GROLLERON, Anne. « TF1 » ; « Antenne 2 – France 2 ». In: JEANNENEY, Jean-Noël (Org.) **L'écho du siècle** : Dictionnaire historique de la radio et de la télévision. Paris : Hachette, 2001, p.169-182.

HAGEMEYER, Rafael Rosa. **História e Audiovisual**. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

HAMBURGUER, Ester. **Diluído fronteiras**: a televisão e as novelas no cotidiano. In. SCHWARCZ, Lilia Moritz. *História da Vida privada no Brasil*. Vol. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

_____. **O Brasil Antenado**: a sociedade da novela. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

HARVEY, David. **O neoliberalismo, história e implicações**. São Paulo: Loyola, 2011.

HOBBSAWM, Eric. **Era dos extremos**: o breve século XX (1914-1991). São Paulo: Cia. Das Letras, 1995.

HOOG, Emmanuel. **La télé** : une histoire en direct. Paris : Gallimard, 2010.

JEANNENEY, Jean-Noël (Org.) **L'écho du siècle** : Dictionnaire historique de la radio et de la télévision. Paris : Hachette, 2001.

_____. **História da comunicação social**. Lisboa: Terramar, 1996.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. **Comprendre la télévision et ses programmes**. Paris : Colin, 2009.

_____. **Introduction à l'analyse de la télévision**. Paris : Ellipses, 2004.

KONIS, Mônica Almeida. **Cinema, televisão e história**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

_____. Ficção televisiva e identidade nacional: o caso da Rede Globo. In: CAPELATO, Maria Helena; MORETTIN, Eduardo; NAPOLITANO, Marcos; SALIBA, Elias Thomé. **História e cinema** (org.). São Paulo: Alameda, 2007.

_____. **Uma história do Brasil recente nas minisséries da Rede Globo**. Tese de Doutorado. São Paulo: ECA-USP, 2001.

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. **A melhor TV do mundo**: o modelo britânico de televisão. São Paulo: Summus, 1997.

_____. **Atrás das Câmeras**: relações entre cultura estado e televisão. São Paulo: Summus, 1988.

LÉVY, Marie-Françoise (org.). **La télévision dans la République**, IHTP-CNRS, Complexe, 1999.

LIMA, Eduardo de Campos. **Entre a política brasileira de concessões televisivas e as diretrizes católicas de comunicação social**: a formação da Rede Vida de Televisão, 1989-1995. Dissertação de Mestrado. Assis: UNESP, 2010.

LIMA, Jorge da Cunha. **Uma história da TV Cultura**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo; Cultura – Fundação Padre Anchieta, 2008.

LIMA, Vinício A. de. **Mídia**: teoria e política. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

MARÉCHAL, Denis. "M6". ». In: JEANNENEY, Jean-Noël (Org.) **L'écho du siècle** : Dictionnaire historique de la radio et de la télévision. Paris : Hachette, 2001 2001, p.205-207.

MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tania Regina. **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. **História da televisão brasileira** – uma visão econômica social e política. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

_____. **Um perfil da TV brasileira: 40 anos de história.** Salvador: ABAP, 1990.

MILANEZ, Liana. TVE Brasil: cenas de uma história. Rio de Janeiro: ACERP, 2007.

MIRA, Maria Celeste. **Circo Eletrônico: Silvio Santos e o SBT.** São Paulo: Edições Loyola, 1989.

MORAES, José Geraldo Vince de. **Conversas com historiadores brasileiros.** São Paulo: Editora 34, 2002.

MOREIRA, João Flávio de Castro. Os Telecursos da Rede Globo: a mídia televisiva no sistema de educação à distância (1978 – 1998). Dissertação (Mestrado em História). Brasília: Universidade de Brasília, 2006.

NAPOLITANO, Marcos. A história depois do papel. IN: PINSKY, Carla Bassanezi (org.) **Fontes históricas.** São Paulo: Contexto, 2008.

_____. A MPB na era da TV. In. RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2010.

_____. A televisão como documento. In: BITTENCOURT, Circe (org.). **O saber histórico na sala de aula.** Contexto, 1997.

_____. **Como usar a televisão na sala de aula.** São Paulo: Contexto, 1999.

OLIVEIRA SOBRINHO, J.B. **O livro do Boni.** Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2011.

OLIVEIRA, Wellington Amarante. **Telecurso 2º Grau: paradigma no ensino pela TV e legitimação política da Rede Globo, 1977-1981.** Dissertação (Mestrado em História). Assis: UNESP, 2011.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira.** Cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Editora brasiliense, 2001.

PALHA, Cássia R. Louro. **A Rede Globo e o seu Repórter: imagens políticas de Teodorico a Cardoso.** Tese de Doutorado. Niterói: UFF, 2008.

PAOLI, Maria Célia. Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil. In: SANTOS, Boaventura de Sousa (org.) **Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. pp. 373-418.

PIERRE, Sylvie. **Jean d’Arcy : penseur et stratège de la télévision.** Paris : INA, 2012.

PRADO, Maria Ligia Coelho. "Repensando a história comparada da América Latina. **Revista de História**, 153 (2º - 2005), p.11-33.

PUTHOD, Pascal. « Les magazines d'information ». In : JEANNENEY, Jean-Noël (Org.) **L'écho du siècle** : Dictionnaire historique de la radio et de la télévision. Paris : Hachette, 2001. pp.589-592

RÉMOND, René (org.). **Por uma história política**. Rio de Janeiro: FGV; UFRJ, 1996.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; HERSCHMANN, Micael. História da comunicação no Brasil um campo em construção. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; HERSCHMANN, Micael. **Comunicação e História**: interfaces e novas abordagens. Rio de Janeiro: Globo Universidade; Maud X, 2008. pp. 13-26.

_____; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

SANDE, Axel Hermann. **Canal Futura**: um projeto de identidade para a população brasileira. Dissertação (Mestrado). Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2010.

SAUVAGE, Monique. « FR3 – France 3 ». In: JEANNENEY, Jean-Noël. **L'écho du siècle**. Dictionnaire historique de la radio et de la télévision en France. Paris, Hachette, 2001. pp.182-187.

_____; VEYRAT-MASSON, Isabelle. **Histoire de la télévision française** : de 1935 à nos jours. Paris : Nouveau Monde, 2012.

SIEPMANN, Charles A. **Television and education aux États-Unis**. Paris : UNESCO, 1953.

SILVA, Carla Luciana. **VEJA**: o indispensável partido neoliberal (1989-2002). Cascavel-PR: Edunioeste, 2009.

SILVA, Maurício F. **Comunicação e autoritarismo no Brasil**: a política de comunicação do regime militar. Cruz das Almas-BA: UFRB, 2012.

SILVEIRA, Érico Gonçalves da. **PBS – Public Broadcasting Service** : uma análise do modelo da televisão pública americana. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília. Brasília, 2002.

SIMÕES, Inimá. **Por um controle social da televisão**. São Paulo: SENAC, 2004.

SIRINELLI, Jean-François (dir.). **Dictionnaire historique de la vie politique française au XXe siècle**. Paris : PUF, 1995.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. “Revista Feminina na Televisão: o programa NOTE E ANOTE e a formação da mulher para o mercado de trabalho informal”. *Comunicação & Informação*. Vol.3 n.2, jul/dez 2000, p.137-154.

TONDATO, Marcia Perecin; CARRARA, Renata. Década de 1990: TV de sinal aberto busca seu caminho em tempo de globalização. In: REIMÃO, Sandra (org.). **Em instantes**: notas sobre programas na TV brasileira (1965-2000). São Bernardo do Campo-SP: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

VALENTE, Jonas. Sistema público de comunicação da França. In: AZEVEDO, Flávia *et. al.* **Sistemas públicos de comunicação no mundo**: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus; Intervezes, 2009.

VEYRAT-MASSON, Isabelle. « La Cinquième ». In : JEANNENEY, Jean-Noël. **L'Écho du siècle** : dictionnaire historique de la radio et de la télévision en France. Paris : Hachette ; Arte, 2001.

_____. « La Cinquième ». In: JEANNENEY, Jean-Noël (Org.) **L'écho du siècle** : Dictionnaire historique de la radio et de la télévision. Paris : Hachette, 2001 2001, p.212-214.

_____. **Quand la télévision explore le temps** : l'histoire au petit écran. Paris : Fayard, 2000.

WANDERLEY, Sônia. **Cultura, política e televisão**: entre a massa e o popular (1964-1979). Tese de Doutorado em História. Niterói: UFF, 2005.

WINOCK, Michel. **François Mitterrand**. Paris : Gallimard, 2015.

WITTER, José Sebastião. O “tape’ de televisão como fonte documental. In: *Anais do VIII Simpósio Nacional dos Professores Universitários de História – Anpuh – Aracaju*, setembro de 1975, pp.1027-1029.

ZANCARINI, Michelle ; DELACROIX, Christian. **La France du temps présent (1945-2005)**. Paris : Belin, 2010.

ZETTL, Herbert. **Manual de produção de televisão**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

ZILBERSTEIN, Guy. **En savoir plus sur La Cinquième**: les enjeux d'une chaîne éducative. Préface de Michel Serres. Postface de Jean-Marie Cavada. La Cinquième, 1995. pp.86