

***TV:
saber democratizado
ou
divertimento sem qualidade?***

Apresentação do texto no seminário:
A Migração do Audiovisual para o Digital

Apresentação por: António Maneira
Texto original do Professor: Francisco Rui Cádima

Texto de Apoio à Apresentação

Slide 1/2

O texto começa por fazer uma **contextualização** do dispositivo que rapidamente a partir dos **anos 30** conquistou a população mundial.

O texto de seguida aborda questões relativas à **influência da TV** e o seu poder massificante.

Slide 3/4

Logo no início do texto são apresentadas duas posições distintas uma de **Dominique Wolton** que no fundo considera a comunicação e a informação **um bem em si**. E a televisão, como objecto de difusão e disseminação de comunicação e informação será então um objecto precioso no **“lento processo de emancipação do indivíduo”**. E assim um elemento precioso para a democracia.

Outra que no fundo querera dizer que numa **sociedade totalitária** a TV poderá ser o instrumento **mais totalitário** e que numa sociedade democrática poderá ser o objecto mais democrático.

Este tema foi já abordado por diversos autores desde a literatura, ao cinema e à banda desenhada. Desde o livro, e homónimo filme, *Fahrenheit 451* de 1966, respectivamente de Ray Bradbury e de François Truffaut, até ao recente filme *V de Vingança* (2005) de James McTeigue adaptado da banda desenhada escrita por **Alan Moore**. <http://vforvendetta.warnerbros.com/trailer.html>

Slide 5

Neste slide, aproveitando a o humor do frame tirado de um “sketche” de *Monty Python’s Flying Circus de 1969* na BBC, para apresentar a citação de um **governador da Califórnia** que apresentou a televisão ao lado da cama, da torradeira e do fogão. Como **“objecto de primeira necessidade”**

Slide 6

O texto aponta também para uma fase de transição a que temos assistido em que o paradigma da **produção material** evolui para o paradigma da **informação e do conhecimento**. Fazendo um balanço da presença massificante da televisão de um ponto de vista sociológico e cultural:

- Mutação no plano da mentalidade e dos comportamentos
- “Miscigenação” ou mesmo aculturação a novos padrões de vida
- Mutações sociais e políticas
- Emancipação da opinião pública
- Espectacularização do real
- Aculturação por “empréstimo”
- Abuso de violência
- Desautorização e desafio de valores tradicionais
- ...

Slide 7

Faço aqui uma citação de Margaret Mead retirada do livro *Understanding Media* de Marshall McLuhan que pode ilustrar o texto:

*“We can program twenty hours of TV in South Africa next week to cool down the tribal temperature raised by radio last week. **Whole cultures could now be programmed to keep their emotional climate stable...**”*

Slide 8

O texto aborda também as questões relativas à intimidade a que a televisão chegou.

O **tratar a televisão por tu**, e a **fusão do público e privado** numa perspectiva de confessorário no quadro dos **Reality Shows**

Slide 9

“Poder-se-á crer que as tecnologias, a informática, as telecomunicações estão de facto a fazer uma nova televisão?”

É uma questão que considere muito interessante e que aponta para um **novo contexto** em que a televisão disputa o “espaço público” com ferramentas ou tecnologias mais interactivas como por exemplo a **Internet**.

D. Wolton apresentou um exemplo:

*“por ocasião do affaire CNN Tailwind, despoletado pela cadeia americana, de uma falsa reportagem sobre a utilização de gás sarin na guerra do Vietname, foram imediatamente criados grupos de discussão na Internet **para criticar os “meios de comunicação podres”**”*

Slide 10/11

O texto apresenta a TV como associada desde de muito cedo à política. E apresenta um dos grandes dilemas da comunicação, o exemplo **dos famosos debates Nixon-Kennedy**.

Slide 12

O “**espaço público**”, conceito desenvolvido por Habermas, é um espaço (não material) onde são discutidos os assuntos de interesse comum e onde se cria uma opinião pública capaz de influenciar o poder político nas sociedades democráticas. A este espaço público corresponde por exemplo o Parlamento. O canal parlamento é assim apresentado no texto como ferramenta de abertura do “espaço público” de discussão à comunidade.

Slide 13 - 16

O final do texto apresenta como fundamental o **Estudo da Recepção** como forma de melhor servir o interesse comum.

Slide 17

O célebre filme *Fahrenheit 451*, após uma cena em que 2 alunos são reprimidos pelo “capitão dos bombeiros” (uma espécie de polícia da censura) o capitão vira-se para Montag e coloca-lhe **uma questão retórica.**

Neste filme, passado no futuro, uma sociedade totalitária proíbe os livros, e a televisão ganha um enorme destaque na vida da população.

Slide 18

O texto aponta também para a responsabilidade dos canais de difusão quer públicos (com maior responsabilidade) quer privados (que não devem ser excluídos de responsabilidade nesta matéria por partilharem o espaço de todos)

Slide 19

O texto apresenta também uma série de pontos que fazem parte da missão dos serviços públicos de rádio e televisão **à luz do Conselho da Europa e do Parlamento Europeu:**

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

Slide 20

Conclusão:

- A comunicação entre as pessoas e os povos está na base das democracias actuais. Sem comunicação é impossível a criação de um espaço público e por consequência de opinião pública
- Qualquer meio que facilite a comunicação potencia o desenvolvimento democrático
- A simples existência dos dispositivos técnicos não é sinónimo de que sejam bem utilizados ou utilizados para o bem comum
- A televisão continua sob o controlo de poucos, por lhe estarem associados custos elevados

- Os estudos feitos sobre o panorama da recepção são principalmente quantitativos e analisam apenas metricamente as audiências
- Existem poucos estudos realizados sobre o panorama da recepção do ponto de vista qualitativo.

Slide 21

Bibliografia