

## Audiência Zero

### Entrevista de Vladimir Herzog a Malu Maranhão

Em busca de um panorama que fornecesse todos os pontos de vista sobre a questão da TV Cultura, a repórter Malu Maranhão entrevistou muitas pessoas ligadas à emissora. Entre elas, o jornalista Vladimir Herzog, dias antes de sua trágica morte. Ele entregou, na ocasião, uma análise que acabava de concluir, contendo “considerações gerais sobre a TV Cultura”. As ideias de Herzog, nesta altura, devem e podem ser discutidas, face ao seu profundo conhecimento sobre telejornalismo e televisão.

#### Por que e para quem esses programas vão ao ar? Vladimir Herzog responde

Como diretor do Departamento de Telejornalismo, Vladimir Herzog elaborou um trabalho (“Considerações gerais Sobre a TV Cultura”), onde tenta responder à grande indagação que questiona a emissora: *Por que e para quem* seus programas vão ao ar?

Em entrevista a *Aqui*, apoiando-se nas teses do seu trabalho, Vladimir Herzog mostrava que não é difícil recuperar o Canal 2. Basta encará-lo como um veículo de comunicação, como outro qualquer.

– “Muita gente entra aqui pensando que, pelo fato de não estar amarrada a patrocínio comercial, a TV Cultura permite fazer qualquer coisa. Como se a audiência pouco importasse. E traduzem nível cultural para ‘hermetismo’, surgindo com ideias incríveis para a produção. Coisas assim no nível daquele filme do Resnais (*Ano passado em Marienbad*), que todo mundo assistia com a cara mais inteligente do mundo, e saía do cinema sem entender nada. Afinal, estamos gastando tempo e dinheiro produzindo programas para meia dúzia de amigos? Claro que não. Mas já ouvi, inclusive, esta definição sobre o Canal 2: é aquela emissora que só tem programas inteligentes e que ninguém aguenta ver...”

Entre as sugestões para reformular a estação, Herzog alinhava duas medidas urgentes:

– “Criação de um departamento de publicidade e promoção, integrado por profissionais de comprovada competência e que acreditem no papel e nos objetivos da Fundação. O setor levaria informações a outros veículos (jornais, revistas), sobre a nossa programação, estimulando e controlando a sua divulgação. Isso integraria as emissoras da Fundação no contexto dos *mass media* paulistas e nacionais, afastando assim uma das cortinas de sigilosidade que afastam o público. Por que deixar de divulgar programas exclusivos, reportagens especiais? Nesse setor, deve-se investir seriamente em material humano. Do contrário, acabará como simples serviço de relações públicas...”

– “Busca de uma *nova imagem* junto ao público. Por defeito de origem, as emissoras da Fundação agridem o público a partir das próprias denominações. Nos Estados Unidos, o canal educativo é chamado ‘*public tv*’, denominação menos pomposa e agressiva do que ‘cultural’ ou, o que é pior, ‘educativa’. Mas, se o nome não pode ser mudado, a *imagem* certamente pode. A imagem é derivada da programação como um todo, isto é, é inútil *querer* “melhorar” este ou aquele

programa. É preciso garantir uma média de qualidade e interesse, que reconquiste a confiança do telespectador quando gira o botão para o canal 2. Aí então, será preciso cuidar do problema do horário. Pouco adiantará inverter rios de dinheiro num programa, se este for lançado em horário infeliz. A consideração é válida também quando se considera a programação como um todo. Tem sentido querer atrair audiência para um telejornal, se ele for ao ar após uma exaustiva aula de inglês[?]. Afinal, até os especialistas da Globo reconhecem que os altos índices de audiência do *Jornal Nacional* se devem ao fato de vir “ensanduichado” entre duas novelas do horário nobre...”

– “A nova imagem não irá depender de um passe de mágica. Virá de dentro do público, que descobrirá, de repente, que o canal 2 passou a se interessar por ele. E, é lógico, isto resultará de uma política de programação, visando objetivos prioritários relacionados com a realidade em que vive a porção de público que se pretende atingir em determinado horário e determinado programa.”

MARANHÃO, Malu. “Audiência zero”. *Aqui São Paulo*, 6 nov. a 13 nov. 1975, p. 23.