

A televisão educativa na França e no Brasil: os projetos da *La Cinqüième* e do Canal Futura na última década do século XX

WELLINGTON AMARANTE OLIVEIRA*

Este trabalho tem por objetivo central apresentar alguns resultados parciais da pesquisa de doutorado intitulada “Muito além do conhecimento: a TV educativa no Brasil e na França, o canal Futura e a Cinqüième (1994-2002)”, desenvolvida junto ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Estadual Paulista (UNESP/Assis), sob a orientação do professor Áureo Busetto¹ e com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp).

Esta pesquisa tem buscado confrontar a hipótese de que tanto a *La Cinqüième* quanto o Canal Futura, ainda que de naturezas distintas (público e privado), e com atuação em campos televisivos autônomos, responderam em diversos momentos de sua história com ações e práticas semelhantes, o que indicaria a existência de um *habitus* norteador das ações dos agentes do campo televisivo responsáveis por responder às demandas educativas das sociedades francesa e brasileira na última década do século XX.²

No recorte selecionado, apresentaremos uma breve trajetória das duas emissoras, em seguida destacaremos três questões que aproximaram os dois projetos. São elas: a ideia de que uma emissora de televisão de cunho educativo seria capaz de colaborar para retirar o país da crise; a busca por uma identidade popular, na qual as duas emissoras se diziam fugir de qualquer tipo de elitismo cultural e a produção do audiovisual educativo pensada e tomada como uma possibilidade real de negócio.

A França em busca de uma TV educativa

* Doutorando do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Estadual Paulista (UNESP/Assis). Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). Processo Fapesp 2013/17906-2. Contato: prof.amarante@gmail.com.

¹ Para saber mais sobre sua produção acadêmica sobre a televisão brasileira cf. (BUSETTO, 2014).

² Reflexão desenvolvida a partir da sociologia da prática de Pierre Bourdieu, Cf. (BOURDIEU, 1989).

Quando as primeiras imagens da *La Cinquième* foram ao ar, na noite do dia 13 de dezembro de 1994, assistiu-se aos primeiros passos de um projeto que havia nascido há tempos atrás. Desde o encerramento das transmissões de *La Cinq*, em 12 de abril de 1992, ganhou força a ideia da possibilidade de criação de uma emissora educativa em substituição a emissora pertencente a Berlusconi. Dois anos separaram as primeiras discussões para a criação de um canal educativo das primeiras imagens de *La Cinquième*.

Apesar de existirem vozes dissonantes, formou-se quase um consenso sobre a criação de uma nova televisão com fins educativos. Um dos fatores determinantes foi a situação crítica que a televisão francesa atingiu na década de 1990 devido às mudanças drásticas durante a década anterior. Os telespectadores acompanharam durante os anos 1980, nada menos do que a quebra do monopólio público, com a abertura aos canais comerciais – criação de três novas emissoras, além da privatização da primeira emissora pública. O modelo televisivo francês, até então calcado no alicerce público, 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 poderoso, alcançando 60% da audiência (BOURDON, 2011; COHEN, 2009; JEANENNEY, 1996; SAUVAGE & VEYRAT-MASSON, 2012)³.

A disputa acirrada pelas verbas publicitárias fez com que, em pouco tempo, uma das emissoras comerciais falisse. Situação que colocou um ponto de interrogação na forma de condução da política audiovisual. Aliada a essa situação específica do audiovisual, a década de 1990 marcou o início de uma profunda crise econômica e social na França. As dificuldades governamentais em manter as conquistas do Estado providência, o crescimento de parcelas marginalizadas da sociedade, vivendo sem as mínimas condições de inserção, a explosão do desemprego.

Essa grave crise social marcou profundamente a percepção das autoridades políticas. Acreditava-se que a falta de capacitação e a dificuldade de inclusão das parcelas alijadas da população fosse responsável pela crise social. E que a criação de uma TV educativa seria uma forma de enfrentar esses problemas.

Um dos primeiros capítulos desta história foi a chamada pública do *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (CSA) para propostas de iniciativas que desejassem ocupar o espaço diurno do

³ Para saber mais sobre a historiografia da televisão francesa Cf. (COHEN, 2016).

canal 5. No total, 12 projetos bem distintos disputavam o novo espaço, entre eles estava um canal de música e uma emissora do semanário *Charlie Hebdo*. Mas era o projeto *Eurêka* que ganhava o maior destaque da imprensa.

Idealizado por Jean-Louis Missika e sustentado pelo ministro da educação nacional Jack Lang, o projeto contaria com a participação de emissoras públicas e grupos econômicos privados na produção de conteúdos educativos. Tais como as editoras: Le Seuil, Bayard, Gallimard e Belin. Além de grupos financeiros como Garantie Mutuelle des Fonctionnaire (GMF) e Crédit Agricole, além do ministério da educação e do trabalho.

Após ser aprovado nas primeiras etapas pelo CSA, no início do ano de 1993 o Conselho declarou a impossibilidade de execução do *Eurêka* dentro do quadro legal atual, devido a proibição de empresas privadas gerirem um canal educativo.⁴

A decisão paralisou momentaneamente as discussões. Mas foi recebida com entusiasmo por alguns opositores ao projeto, como o senador Pierre Laffitte. Não que o senador fosse contrário à criação de uma emissora educativa, a divergência estava na ênfase que tal projeto deveria ter, que para o senador o foco principal deveria ser a formação profissional. Nos meses que se seguiram, o senador tentou angariar apoio para seu projeto dentro do Senado. Assim nasceu uma comissão responsável em elaborar um estudo para a criação de uma emissora educativa. Tal comissão realizou sessões de discussões com especialistas, e conseguiu manter o tema da TV educativa na pauta dos meios de comunicação.⁵

Ainda que essa comissão do Senado tenha sido acompanhada de perto pelos membros do governo, foi do novo governo de direita, num momento da segunda coabitação, que surgiu a iniciativa de retirar o projeto do canal do conhecimento do papel. Considerando a decisão do CSA, o primeiro-Ministro, Edouard Balladur, anunciou em sua conferência de imprensa, no outono de 1993, que o Estado assumiria a criação de um canal educativo. No anúncio, Balladur não deu 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.⁶

⁴ *Le Parisien*, “Une chaîne éducative à l’automne”, 26 de agosto de 1993.

⁵ *Le Figaro*, “La chaîne d’accès au savoir doit être une priorité nationale”, 24 de agosto de 1993.

⁶ *Les Échos*, “Balladur annonce une chaîne éducative sur le réseau de La Cinq”, 26 de agosto de 1993.

Seis meses após o anúncio do primeiro-ministro Edouard Balladur sobre o projeto de um canal educativo, o governo anunciaria quem estaria à frente do projeto. E o escolhido foi Jean-Marie Cavada, o célebre apresentador de *La Marche du siècle*, exibido pela France 3. Um dos principais nomes da televisão francesa e havia acabado de perder a disputa pela presidência da *France Télévision*. O trabalho de Cavada como jornalista e homem de televisão ganhou relevo na década de 1980. Em 1987, foi escolhido como diretor de antena da *France Régions 3*, sua principal ambição era transformar a emissora num canal rico em informação sobre as regiões francesas (CHAUVEAU & DÉHEE, 2007, p.106). A escolha de um agente tão expressivo da televisão francesa era um sinal claro da importância do projeto para o governo.

Os meses entre o anúncio da presidência de Jean-Marie Cavada e a entrada no ar da *La Cinquième* são importantes para identificar alguns dos objetivos da emissora. E não foram poucas as entrevistas dadas por Cavada, na imprensa impressa e na televisão, para explicar as pretensões do novo canal. Em outras palavras, era o momento de convencer a opinião pública da necessidade e da efetividade de um canal educativo.

Pouco antes de sua inauguração a emissora lançou uma grande campanha publicitária, diferentes versões de cartazes estampavam uma mesma pergunta inquietante: “*Educar é um insulto?*”. A emissora sonhada por Jean-Marie Cavada, se pretendia um canal de descoberta, que levaria o conhecimento a todos aqueles que necessitassem, um canal que faria efetivamente a diferença na vida dos franceses, e por isso o tom da peça publicitária (OLIVEIRA, 2014). Essa ambição revela características importantes e que foram de certo modo observadas na criação de outra emissora educativa, do outro lado do Atlântico, o Canal Futura.

Um novo modelo de TV educativa para o Brasil

O aniversário de 20 anos da Fundação Roberto Marinho (FRM) ficou marcado pela inauguração do primeiro canal exclusivamente educativo mantido pela iniciativa privada, o Canal Futura. A emissora veiculava seus programas na TV a cabo e em antenas parabólicas. O aporte financeiro à criação do canal tornou-se possível graças à parceria entre a FRM com grupos empresariais nacionais e estrangeiros. Instituições como Banco Itaú, Fundação Bradesco, Grupo Votorantim, Confederação Nacional da Indústria (CNI), 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. Cada parceiro investiu o montante de 1 milhão de dólares ao ano no projeto, apostando na ideia de “responsabilidade social”. Estratégia abraçada por vários empresários brasileiros na expectativa de rendimentos positivos à imagem de empresas, produtos e serviços junto à população ou consumidores.

O financiamento privado era uma das garantias que a FRM necessitava para a criação e existência do Canal Futura. O Banco Itaú e a Fundação Bradesco representavam o setor financeiro no projeto de TV educativa. Instituições genuinamente brasileiras, os dois maiores bancos privados do país não deixariam de dar suporte financeiro para tirar do papel o projeto da FRM. A colaboração em projetos da instituição não seria inédita. A Fundação Bradesco já era uma velha conhecida da FRM, a primeira parceria entre as fundações ocorreu no ano de 1985 para a implantação do *Telecurso 2º Grau*⁷ em escolas mantidas pela instituição.

Entre as empresas do setor produtivo destaca-se a parceria com o Grupo Votorantim. O presidente de grupo, Antônio Ermírio de Moraes era figura pública e frequentemente aparecia com destaque nos periódicos e nos telejornais.

A Vale do Rio Doce também era uma das parceiras. A empresa que passou por um processo de privatização, exatamente no ano de fundação da emissora carioca, 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 antiga estatal.

As confederações das indústrias também foram parceiros ativos do Canal Futura, representados por CNI, FIESP e FIRJAN. As três instituições defendiam posições semelhantes sobre o papel da educação na qualificação da mão de obra brasileira. A Sadia fechava a lista das grandes empresas do setor produtivo – no caso de alimentação.

Se a grande indústria se fez representar de forma tão expressiva no patrocínio da emissora, o setor das micro e pequenas empresas também não seria deixado de lado. Nesse ponto, a parceria se desenrolou com o SEBRAE, que será um dos pontos de intersecção na propagação do conceito de empreendedorismo. O Instituto Ayrton Senna era representante das ONGs.

⁷ Para saber mais sobre a criação do programa *Telecurso 2º Grau* Cf. (OLIVEIRA, 2001).

Por fim, temos os financiadores oriundos do setor de comunicação, representados: pela Turner Broadcasting System/CNN, pela RBS e pela Rede Globo. Nesse setor, a hegemonia era do grupo Globo e destaca-se que outras empresas líderes do setor não são convocadas para apoio majoritários, mas apenas para parcerias pontuais, o que remete à concorrência direta do campo midiático e preocupação de não ceder espaço às concorrentes ainda que estas estejam muito aquém do potencial das Organizações Globo. A parceria com a Turner Broadcasting System/CNN acena para uma fase de internacionalização, que se inicia na política de comunicação brasileira. Talvez resida aí o interesse da CNN em apoiar o projeto, garantir desde já seu espaço no mercado de TV paga do Brasil. Segundo Canclini (2006, p.145), 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”. No caso específico da emissora carioca, a *Turner* foi parceira em projetos 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) (FINGUERUT & SUKMAN, 2008).

Desse modo, o Canal Futura estava sustentado por um tripé formado por empresas dos setores financeiro, produtivo e da comunicação, articuladas em um projeto específico de educação para a sociedade brasileira. Dessa forma, a criação do canal Futura marcaria uma ação direta contra as emissoras públicas, que apesar de respaldadas pelo princípio da complementaridade do sistema de radiodifusão, previsto na Constituição, passariam a ter cada vez menos espaço como protagonistas, passando a condição de coadjuvantes e simples parceiras nos futuros projetos do canal educativo de Roberto Marinho.

O conhecimento como porta de saída da crise

Havia na gênese dos projetos da *La Cinquième* e do Canal Futura uma forte percepção de que a televisão educativa seria o elemento determinante na luta dos governos e da sociedade civil contra a crise. Essa concepção estava atrelada em grande parte a uma visão Iluminista da

educação, para qual o conhecimento seria o responsável pela emancipação humana. Aliado a concepções mais recentes, que percebiam a televisão como uma tábua de salvação.

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 frente ao estado de crise por qual passavam França e Brasil. Um dos objetivos declarados da *La Cinquième*, por exemplo, era realizar uma integração social, de setores da população francesa marginalizados, ou seja, lançar um olhar atento a parcela da população que estava sofrendo com a crise.

Tanto no projeto francês quanto no projeto brasileiro é possível identificar o discurso corrente da televisão como mecanismo para retirar os países da crise. A *La Cinquième* é apresentada pelo governo Balladur, e por seus dirigentes, como uma arma importante no combate a 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. Em ambos os casos identificamos um discurso fundador de exaltação da novidade – no caso francês, uma emissora exclusivamente educativa, e no caso brasileiro o fato desta emissora ser gerida pela iniciativa privada - atrelado ao discurso positivo do incremento tecnológico camuflaram os limites da ação de um canal educativo considerando o próprio campo televisivo.

Educação popular *versus* o elitismo cultural

Os dois projetos buscaram, desde o início, se definir como emissoras educativas não-elitistas. O que pode ser atestado em declarações de dirigentes para imprensa e na documentação interna. Além disso, havia os elementos de concorrência do campo televisivo, que tornavam esse discurso ainda mais forte. No caso Francês, o principal contraponto se dava com o canal cultural franco-alemão *ARTE*. No caso brasileiro, o Futura disputava essas representações com a TVE do Rio de Janeiro e a TV Cultura de São Paulo.⁸

O audiovisual educativo como oportunidade de negócio

⁸ Para saber mais sobre a TV Cultura de São Paulo Cf. (BARROS FILHO, 2011).

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

Considerações Finais

Como vimos a emissora pública francesa *La Cinquième* foi criada, em 1994, com o objetivo de colaborar na reorganização da paisagem audiovisual francesa, visando reconquistar espaços perdidos para as emissoras privadas quando da desregulamentação do sistema na década de 1980, e tendo como uma de suas principais missões responder à grave crise social que atingiu a França em meados da última década do século XX.

Já o Canal Futura, de cunho educativo e natureza privada, buscou reforçar a imagem das empresas comunicacionais de Roberto Marinho, como comprometidas com o avanço educacional e a difusão do conhecimento no Brasil. Ainda que em campos televisivos distintos, as duas emissoras enfrentaram desafios similares, seja no que se refere a um contexto de crise, no qual a intervenção de conteúdos educativos era vista como solução. Na perspectiva de se constituir como uma emissora educativa, que rompesse com uma identidade cultural-elitista. E por fim, tendo claro que tais conteúdos poderiam reverter-se em rentáveis produtos, num contexto de globalização e proximidade do século XXI, e de uma chamada economia do conhecimento.

Todos esses elementos revelam as potencialidades de se pensar de forma histórico-comparativas as experiências em televisão educativa na última década do século XX, como

possibilidade de compreensão dos caminhos da comunicação social, de modo geral, e do campo televisivo, de modo específico, nos países democráticos.

Referências Bibliográficas

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. Disponível em: http://www.culturaacademica.com.br/catalogo-detalle.asp?ctl_id=198

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

BUSETTO, Áureo. 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. pp.380-407. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/his/v33n2/0101-9074-his-33-02-00380.pdf>

CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2006.

CHAUVEAU, Agnès; DEHÈE, Yannick (orgs.). **Dictionnaire de la télévision française**. Paris : Nouveau Monde Édition, 2007.

COHEN, Evelyne. **La télévision sur la scène du politique : Un service public pendant les Trente Glorieuses**. Paris : INA ; L'Harmattan, 2009.

_____. “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>

FINGUERUT, Silvia; Sukman, Hugo (org.). **Fundação Roberto Marinho 30 anos**. Rio de Janeiro: Goal, 2008.

JEANNENEY, Jean-Noël. **História da comunicação social**. Lisboa: Terramar, 1996.

OLIVEIRA, Wellington Amarante. **Telecurso 2º Grau: paradigma no ensino pela TV e legitimação política da Rede Globo, 1977-1981**. Dissertação de Mestrado. Assis: UNESP, 2011. Disponível em: http://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/93366/oliveira_wa_me_assis.pdf?sequence=1&isAllowed=y

_____. “Aspectos teórico-metodológicos para um estudo comparado: a televisão educativa no Brasil e na França na última década do século XX”. *Anais eletrônicos do IV Congresso Internacional de História: cultura, sociedade e poder*. Universidade Federal de Goiás, Regional

Jataí, 2014. Disponível
[http://www.congressohistoriajatai.org/anais2014/Link%20\(277\).pdf](http://www.congressohistoriajatai.org/anais2014/Link%20(277).pdf)

em: