

TV revela a imagem dos candidatos

Indústria mostra ao vivo e a cores sonho de 29 anos

Carla Rodrigues

Não foi à toa que a primeira eleição presidencial em 29 anos quase ficou resumida a uma escolha entre os candidatos das duas maiores redes de TV — o país que vai hoje às urnas tem 23,7 milhões de televisores instalados em 71% das residências, mais do que objetos aparentemente indispensáveis como a geladeira (22,7 milhões) ou o filtro (18,9 milhões). Para produzir as 132 horas de programa eleitoral gratuito transmitido pelas 164 repetidoras espalhadas pelo país, os candidatos desembolsaram mais de US\$ 5 milhões.

Em 1960, existiam apenas 1 milhão de televisores instalados num país que assistia imagens preto e branco e exibia



Voto hoje ganha nitidez

na sala de jantar marcas já extintas como Colorado e Admiral. Hoje, 17 anos depois de criada a Zona Franca de Manaus, os dez fabricantes que do-

minam o mercado operam em sistema de *joint-venture* com tecnologia japonesa, empregam 22 mil pessoas, vendeu no ano passado 2,6 milhões de aparelhos e movimentou US\$ 900 milhões.

Até 1972, quando foi criada a Zona Franca e a TV colorida chegou, no Brasil, a fabricação estava a cargo de empresas nacionais que detinham mais da metade do mercado, disputado com poucas multinacionais. Os incentivos fiscais e as facilidades de exportação trouxeram os japoneses. “Esta transferência desnacionalizou a indústria tanto em capital quanto em tecnologia”, lamenta a professora de Economia da Unicamp, Margarida Batista. Hoje, a primeira no *ranking* é a Sharp, associada à Sharp do Japão, que detém 20% do mercado nacional e fechou 88 com 450 mil aparelhos produzidos. Ao longo de 1960, foram transmitidas 50,6 mil horas de programação contra as 3,6 milhões contabilizadas pelo IBGE em 1985.