

# Prêmio vai incentivar produção

DA REDAÇÃO

A pesquisa que listou os “dez mandamentos da programação de qualidade” é apenas a primeira fase de um projeto amplo, que será concluído em julho, com a entrega do Prêmio MídiaQ.

Em uma próxima pesquisa, o instituto MultiFocus irá perguntar a 270 pessoas quais são os programas de TV que elas consideram que cumprem alguns dos mandamentos e não desrespeitem nenhum deles.

O resultado dessa pesquisa será divulgado na 4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes, a Rio Summit 2004, evento que irá reunir no Rio, em abril, especialistas do mundo inteiro.

Lançada em 1995, com edições já realizadas na Austrália, Inglaterra e Grécia, a “Summit” é considerada o mais importante fórum internacional sobre a qualidade da mídia infanto-juvenil, novas tecnologias, políticas públicas e acordos legais e comerciais.

Depois, a lista dos programas de qualidade apontados pela pesquisa irá passar por um corpo de jurados, que irá escolher programas, profissionais, veículos e anunciantes que merecem receber o Prêmio MídiaQ, em julho. A premiação será anual.

O Projeto MídiaQ será lançado hoje, com a apresentação dos dez mandamentos, em evento no Instituto Itaú Cultural, em São Paulo, seguido pelo debate “Mídia de Qualidade - A Responsabilidade Social da Mídia nos Valores Transmitidos para Crianças e Jovens pela Televisão”.

O Prêmio MídiaQ será uma forma de incentivar a produção de conteúdo de qualidade.

“Faltam novelas e documentários para crianças. A TV comercial nunca se interessou em gastar com essa programação, que elas limitam ao período da manhã. São escassos os anunciantes que se interessam por essa faixa”, diz Beth Carmona, presidente da TVE (TV educativa) e do MídiaQ - Centro Brasileiro de Mídia para Crianças e Adolescentes, idealizador do Prêmio MídiaQ.

Carmona, ex-diretora de programação da TV Cultura, onde foi uma das responsáveis por programas elogiados, como “Castelo Rá-Tim-Bum”, afirma que a crise das TVs públicas, mantidas por governos, está prejudicando a formação de profissionais para programas infanto-juvenis.

“A falta de investimentos na TV pública impede a formação de novos profissionais. Hoje, eles vêm da televisão comercial”, diz.