



TVERS: uma proposta de conteúdo *transmedia* para os programas jornalísticos da televisão pública

Cristiane Finger

Resumo: Neste artigo estão os resultados de uma pesquisa que analisou a programação da TVERS com o objetivo de encontrar os entraves e as oportunidades para a adoção da narrativa *transmedia* nos atuais programas da emissora, de modo que a televisão pública também possa enfrentar os desafios da convergência digital. Para tanto, utilizamos a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011) para sistematizar o *corpus* de duas semanas da programação e a técnica de observação participativa para estudar as rotinas de produção durante dois dias, acompanhando a produção, captação, edição e apresentação de uma revista e de um telejornal apresentados diariamente na emissora. Encontramos como principal dificuldade a inconstância na grade de programação. Identificamos uma redução nos gêneros de programas ofertados ao público. Verificamos nos programas Radar e Canal Aberto as oportunidades para a os conteúdos *transmedia*.

Palavras-chave: TVERS; Televisão pública; Telejornalismo; Convergência; *Transmedia*.

1. Introdução

Televisão é sempre um serviço público, mesmo quando explorado pela iniciativa privada trata-se de uma concessão controlada e fiscalizada pela União, mas que pertence a sociedade. Em países do mundo todo, emissoras privadas e públicas procuram formar um sistema complementar em busca do equilíbrio em favor da diversidade de programação. A Europa, berço da televisão pública, enfrentou o fim do monopólio do sistema público com o advento das emissoras privadas, generalistas e segmentadas, o que levou a uma reestruturação do mercado nos anos 90. Agora, o desafio imposto tem sido as mudanças com a implantação da tecnologia digital.

Os *media* públicos tradicionais que ainda restam (o *broadcast*, em particular no seu actual modelo) deverão começar a pensar na sua inevitável perda de públicos e, de certa maneira, também de legitimidade; e a partir disso reorientar a sua estratégia no sentido de complementariedade efetiva, distinta, face aos operadores comerciais, mas também a repensar a presença ‘pública’ na Internet... (CÁDIMA *in* FREIRE FILHO e BORGES (orgs.), 2011, p. 189).

No Brasil, as Televisões Educativas foram criadas inicialmente para atender a um programa de ensino nacional que fracassou. Em 1964, o MEC reivindicou ao Ministério das Comunicações três canais de televisão de caráter educativo. A programação era constituída por programas educacionais de nível médio nas áreas de linguagem, moral e cívica, conhecimentos gerais, matemática e de ciências. O modelo implantado durante a ditadura militar, além de ineficiente, era extremamente oneroso para o estado. Assim, não houve surpresa quando a Constituição Brasileira de 1988 definiu que o sistema de televisões educativas de canais abertos como públicos e estatais (TORVES, 2007).

A criação da TVERS faz parte desta história, começou em 1961, quando a Secretaria de Educação e Cultura do Estado do Rio Grande do Sul se mobilizou para ter uma emissora de televisão educativa. Mas, apenas em 21 de junho de 1968, o Governo Federal outorgou a concessão pelo Decreto nº 62.822. A compra dos equipamentos levou mais de um ano para ser aprovada. Em 1971, o Ministério das Comunicações não aprovou o prédio construído especialmente para a emissora no Jardim Botânico no Bairro Partenon, em Porto Alegre.

Por isso, a emissora só começou efetivamente a funcionar através de um convênio firmado entre o Governo do Estado e a Pontifícia Universidade do Rio Grande do sul, na Faculdade de Comunicação Social da PUCRS, em 29 de março de 1974. O então chamado Centro de Televisão Educativa produzia programas educativos, culturais e instrucionais. Um incêndio, ocorrido nas instalações da Famecos, levou a TVE para a sede da antiga TV Piratini, no morro Santa Teresa, onde funciona até hoje. Em 1989, foi inaugurada a FM Cultura, emissora de rádio que fazia parte da Fundação. Ao longo dos anos e diferentes governos, foram feitas algumas atualizações tecnológicas, inúmeras mudanças na grade de programação e ainda uma série de trocas nos estatutos e até nos nomes da emissora. Em 8 de agosto de 1995, passou a se denominar oficialmente Fundação Cultural Piratini – Rádio e Televisão e ficou sob a responsabilidade de duas instâncias: Conselho

Deliberativo e Diretoria Executiva. Esta é a estrutura vigente até hoje (FUNDAÇÃO CULTURAL PIRATINI – Rádio e Televisão, 2002).

A criação de um Conselho Deliberativo, a exemplo do que já acontecia na TV Cultura de São Paulo, deveria ser uma garantia contra a interferência político/partidária dos “Governos do dia” e uma fiscalização efetiva da prestação de serviço público. Mas, como ressalta Torves (2007), ao contrário do que acontece na emissora paulista, não é o Conselho que escolhe a Diretoria Executiva, mas o Executivo Estadual, ou seja, ainda existe uma interferência político/partidária direta. Além disso, o Conselho Deliberativo não tem poder de veto sobre as decisões tomadas pela Direção Executiva, não há consequências práticas no caso de descumprimento do que é deliberado nas reuniões do Conselho. Só o Tribunal de Contas do Estado (TCE) pode exigir o cumprimento de medidas ou estabelecer punições, nas raras ocasiões em que isso aconteceu os mandatos políticos já haviam terminado e as medidas foram inócuas.

É neste contexto que se dá esta pesquisa empírica. A coleta de dados sobre a programação da TVERS aconteceu no período de 6 a 12 de abril e 18 a 24 de maio de 2015, quando houve uma das tantas trocas de governo e consequentes mudanças na grade de programação, nas chefias, nos cargos em comissão e, principalmente, na Diretoria Executiva da emissora. O estudo foi financiado pelo Edital: FAPERGS/PUCRS/TECNA 2015 – Projeto Centro de Produção e Pós-Produção de Conteúdos Digitais Criativos.

Desde 2015, está sendo construído o Centro Tecnológico Audiovisual do Rio Grande do Sul (TECNA), parque tecnológico situado no município de Viamão na Grande Porto Alegre, ligado ao TECNOPUC. Mas, para além da estrutura física, existe o entendimento que é preciso unir academia, mercado e poder público em pesquisas que tenham como orientação a Cultura Colaborativa. O que significa uma forma de trabalho não excludente, que abrange as múltiplas plataformas, todas as etapas da cadeia produtiva e a atuação aberta aos mercados nacional e internacional. O objetivo geral do projeto é “... acompanhar temas estratégicos para a Indústria Criativa local e os principais segmentos [...]: o audiovisual, os jogos digitais, os aplicativos, a música e o som, as tecnologias de visualização”. A primeira etapa da pesquisa se dedicou a acompanhar sistematicamente duas semanas de programação da TVERS, no momento em que houve uma troca na administração da emissora, resultante da eleição de um novo Governo no estado. Foram identificadas as

propostas e mudanças da nova administração através da análise de conteúdo (AC) das grades de programação. Depois a equipe acompanhou durante dois dias as rotinas de produção do programa musical Radar e do telejornal Canal Aberto tentando identificar os pontos positivos e negativos enfrentados pelos profissionais envolvidos nestas práticas. Por fim, os dados foram analisados com o intuito de encontrar oportunidades de utilizar os canais de vídeo e as redes sociais na internet para desenvolver conteúdos *transmedia* que possam aproximar a emissora de um público mais jovem, o chamado público nômade. As emissoras públicas sem o compromisso de atingir grandes audiências e com orçamentos modestos parecem indicadas para a experimentação de novos conteúdos e linguagem enfrentando os desafios da convergência e da conexão.

2. A “hipertelevisão” e o público nômade

A queda nos índices de audiência das emissoras brasileiras de sinal aberto foi amplamente divulgada nos veículos especializados desde 2013. Entre os fatores apontados como causas para o fenômeno está o aumento do chamado público nômade: “O público é nômade, utiliza diversos meios para se informar e não demonstra preferência por nenhum em especial” (MORAES *apud* TOURINHO, 2009, p. 203). Mesmo assim, é preciso lembrar que a maior parte das interações das pessoas com a mídia acontece através das telas: televisão, computador e celular. Com o término da implantação do sistema aberto de TV Digital previsto para 2023, os programas de televisão no Brasil passam a estar disponíveis, sem custo adicional, em qualquer lugar e a qualquer hora.

Os primeiros desafios que a televisão precisa enfrentar na cultura da convergência são: fluxo e/ou arquivo, a interatividade, a ubiquidade e a mobilidade/portabilidade. Estas questões se impõem para resgatar uma nova relação com o público acostumado à internet, a navegar na *web* e principalmente a compartilhar suas informações e opiniões nos sites de redes sociais. Mas, esta nova relação com o público menos passivo não pode deixar de lado o que o meio tem de melhor: “Seu caráter democrático vem do fato de que cada um sabe que os programas estão ali, visíveis, que os assiste se quiser, sabendo que outros os assistirão, simultaneamente, o que é uma forma de comunicação constitutiva do laço social” (WOLTON, 1996, p. 113).

Fluxo *versus* arquivo, para Canitto (2010) a televisão é um meio de comunicação que se caracteriza pelo predomínio do fluxo sobre o arquivo e esta talvez seja uma das principais diferenças entre TV e internet. Fluxo é a reprodução incessante de conteúdo independente da vontade ou da escolha do receptor. Já o arquivo é o material armazenado que depende de uma demanda para ser exibido.

Essa característica da televisão proporciona ao espectador, eventualmente, a surpresa ao ligar o aparelho. Muitas vezes, com o intuito de apenas ver o que está passando naquele momento, a audiência acaba sendo atraída por um programa que não esperava. O fluxo proporciona à TV um caráter também de inusitado, de se encontrar algo que não havia procurado (FINGER; SOUZA, 2012, p.381).

É claro que na televisão segmentada, fechada ou por assinatura já existe a possibilidade do *vídeo on demand*, mas este serviço é oferecido a partir de uma lógica de mercado que determina um custo adicional. De qualquer forma, temos uma independência do telespectador frente à grade de programação. No caso do VOD, originalmente o conteúdo vai, primeiro, ao ar no dia e horário definidos pela emissora, mas depois fica disponível, em arquivo, para acesso a qualquer momento, de acordo com a vontade do receptor.

Contudo, a internet é o melhor exemplo da lógica do arquivo, tudo fica armazenado em determinado provedor e o conteúdo aparece quando é demandado pelo usuário. É interessante destacar que um não é melhor do que o outro e as estéticas são diferentes. Cabe ao público decidir a cada momento por uma das modalidades de assistir aos vídeos (CANITTO, 2010).

A interatividade é uma das principais características da era da convergência digital, um conceito que, além de ter inúmeros significados, ainda passou a ter um valor de positividade por si só. É como se interagir fosse sinônimo de democracia nas mídias. É preciso lembrar que a televisão sempre contou com alguma participação da audiência, com maior ou menor efetividade. Ligar ou desligar, *zapear*, ou seja, interromper o fluxo, selecionar e até armazenar os programas são de alguma forma ações ativas do receptor. Mesmo assim, assistir a programação da televisão sempre foi vista como uma atividade passiva, não por acaso o público é chamado de telespectador.

Ao longo do tempo este público passou a participar também junto a produção dos programas mandando cartas, telefonando, depois enviando e-mails e, há pouco tempo, contribuindo até com material em vídeo, gravado com suas câmeras e celulares. O problema

é que a interatividade plena, não é possível na televisão, assim como a conhecemos. A televisão aberta ou fechada, pública ou privada só existe em regime de concessão por parte dos governos em qualquer país. A contrapartida é a responsabilidade do concessionário sobre o que vai ao ar. Não há como ter televisão sem mediação. O que não significa que o telespectador ou usuário não possa participar, de forma cada vez mais ativa, na escolha, no encaminhamento e no desfecho dos conteúdos.

Hoje já existe uma retroalimentação entre o que é exibido na televisão e o que é divulgado no *site* correspondente de um programa, com a promoção de ambos. Na segunda tela não há mais limite de tempo, tudo pode ser ampliado e contextualizado. O programa, de alguma forma, permanece “no ar” depois do seu encerramento na grade. E, quando provocados, os telespectadores passam a interagir mais. Com a utilização dos *websites* é possível rever um conteúdo, ampliar conhecimentos sobre ele, dar uma opinião e por fim, contribuir com novas informações, outras sugestões e até a produção de vídeos.

Há também um movimento de convergência que independe dos produtores de televisão e que pode ser encarado como uma ameaça ou como uma oportunidade pelas emissoras é a chamada *Social TV*. A programação da televisão costuma ser o principal tema de discussão nos sites de redes sociais, quando isso acontece de forma espontânea e simultânea, com o uso de dispositivos portáteis e móveis. É a oportunidade de estender a conversa da sala de estar para qualquer outro lugar, amplificando o poder do telespectador e também reforçando o laço social.

A *hipertelevisão*, conceito desenvolvido por Carlos Scolari (2004) pode ser a resposta para estes desafios da era digital. Uma televisão com novas características como maior interação entre emissor/receptor; articulação com outras mídias interativas; empoderamento do telespectador, customização dos programas; abundância digital com milhares de canais produzidos por anônimos e disponibilizados em servidores como o *YouTube*; a possibilidade de acesso à programação por arquivo (*pay per view* e *video on demand*) além do fluxo; incrementos de novos terminais para assistir TV, como telas de computador, *tablets*, celulares e consoles de videogames; acesso ao conteúdo a qualquer momento e em qualquer lugar; introdução de novas linguagens, multimídia, transversal, interativa com estímulo a participação.

Neste sentido, surgem dois fenômenos relativamente novos que conceituam os conteúdos que circulam por diferentes plataformas simultaneamente: *Transmedia* e *Crossmedia*. Na *crossmedia* o mesmo conteúdo é distribuído em diferentes meios sem que haja grandes alterações na mensagem para que o receptor possa acessar e quem sabe interagir. O material pode, mas não necessariamente deve ser idêntico, pois muitas vezes o que é divulgado em uma mídia completa o que está presente em outra. Se houver pequenas mudanças na imagem, texto ou áudio, os dados se cruzam, mas a essência da mensagem permanece a mesma. Já no fenômeno *transmedia* o conteúdo é distribuído em diferentes meios e um complementa o outro. Para ter acesso de forma mais completa, o receptor deve utilizar todos ou pelo menos o maior número de meios em que a informação foi divulgada. Neste caso, o ingrediente principal é a integração.

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa (JENKINS, 2009, p. 138).

3. LEGITIMIDADE E EXPERIMENTAÇÃO

Com a análise de conteúdo sistematizada segundo Bardin (2011), foi possível fazer uma leitura flutuante, depois uma exploração do material através da categorização da programação e por fim as inferências sobre as mudanças ocorridas com a troca da Direção Executiva do Governo Tarso do PT para a nova direção indicada pelo Governo Sartori do PMDB. As notícias de imprensa já davam conta de um corte de 47% no orçamento da Fundação, dos R\$570 mil previstos para Janeiro de 2016, só foram repassados R\$270 mil (ZERO HORA, 20/02/2016). É importante salientar que cortes assim foram feitos em todos os setores e justificados como resultantes de uma profunda crise econômica que afeta o estado.

Com a exploração do material gravado e decupado foi possível identificar que a produção local baixou de 28% para 25% do total veiculado¹. A redução não é significativa levando em conta o tamanho do corte no orçamento. De qualquer maneira, este índice de 25%, é um dos maiores entre todas as emissoras gaúchas, uma produção local importante para quem enfrenta diversos problemas de estrutura, tanto técnica como de recursos humanos. Quanto a gêneros e formatos dos programas (SOUZA, 2004), encontramos números semelhantes nas duas administrações. Cerca de 60% são programas informativos e 40% programas de entretenimento. A mudança mais relevante aconteceu nos formatos jornalísticos. A produção das duas edições de telejornal praticamente dobrou diariamente, mas os programas de debates, entrevistas e documentários sofreram reduções.

Vale destacar que, na categoria informativa, o tempo do telejornalismo subiu de 30,09% para 56,10% da programação semanal. Os dois telejornais diários da emissora mudaram de nome, passando a se chamar Canal Aberto (13h) e Segunda Edição (19h) e aumentaram seus tempos de exibição. O primeiro que tinha 15 minutos de duração passou para 45 minutos, e o Segunda Edição de 20 minutos passou para 30 minutos. Por outro lado, os programas de debate tiveram seu espaço drasticamente reduzido de 20,38% para 7,32%, Os programas de entrevistas também passaram de 23,30% para 7,32%. Foram excluídos da grade cinco programas: “Primeira Pessoa” (entrevistas); “Mídia em Debate” (debate); “Mobiliza” (debate); TVE nos Festivais e HIP HOP Cultura de Rua (musica). Na área do entretenimento, os programas infantis foram os mais atingidos passando de 40,54% para 14,29% e houve um aumento no gênero musical de 59,45% para 85,71%. Entraram para a grade: “Obra Prima” (música erudita); “É Show” (musica popular brasileira); “Sonzeira” (shows de rock); “FACES” (entrevistas) e “TVE Esportes” (revista).

As alterações detectadas na grade de programação com a troca de governo não chegam a ser novidade, uma vez que esta prática tem acontecido no Rio Grande do Sul a cada quatro anos, os gaúchos tem mantido a tradição de votar na alternância de poder. O problema é que nenhuma emissora de televisão passaria impune por estas mudanças regulares e tão

¹ A produção nacional é realizada pelas emissoras TV Cultura e TV Brasil que distribuem conteúdo fora dos seus estados de origem, mesmo não podendo ser consideradas como “cabeças de rede”, conforme o que acontece nas emissoras privadas.

frequentes. As Diretorias Executivas escolhidas pelos governos impedem a continuidade do trabalho e não há nada que o Conselho Deliberativo possa fazer para impedir esta prática. As visões político/partidárias se sobrepõem às necessidades dos telespectadores. Neste caso específico, seria possível comemorar o aumento da produção de telejornais, mas só depois de uma análise mais detalhada sobre o conteúdo, no sentido de identificar a presença do governo nas pautas e no enquadramento das notícias. Assim com analisar o tratamento e o aprofundamento das pautas. O que está previsto para acontecer no próximo trabalho investigativo sobre a programação da emissora.

Por enquanto, é possível afirmar que a retirada da programação de formatos como a entrevista e o debate reflete na falta de opções do telespectador, já que usualmente estes programas não tem espaço nas emissoras privadas. Conteúdos que provocam a polêmica, a reflexão, que contextualizam os fatos e que por isso ajudam na formação de opinião do público são necessários. São exemplos de como o serviço público pode ser complementar apostando na diversidade. Retomando Francisco Rui Cádima (*in*: FREIRE FILHO e BORGES (orgs.), 2011, p. 196): “A missão de serviço público é justificada e legítima, precisamente porque difere da dos operadores comerciais, tendo por objetivo último servir ao interesse público , diria, servir aos cidadãos de forma universal e não aos consumidores (...)”.

Na segunda etapa da pesquisa escolhemos dentre os programas da grade analisada o telejornal Canal Aberto e a revista de cultura Radar para a observação participante. O telejornal porque apresentou um crescimento no tempo de duração e o Radar por ser um dos poucos que resistem a esta mudança cotidiana promovida pelas trocas de Governo. Mas antes é preciso ressaltar que a observação participante não é propriamente um método e sim uma técnica. Trata-se de um estilo pessoal adotado por pesquisadores em campo. “Observação é o ato de perceber as atividades e os inter-relacionamentos das pessoas no cenário de campo através dos cinco sentidos do pesquisador” (ANGROSINO 2009, p. 56). O resultado desta percepção é o que está descrito a seguir.

O programa Canal Aberto é exibido diariamente desde maio de 2015, de segundas a sextas, das 13 às 14 horas ao vivo.

da TVE traz informação de qualidade, produzida pela equipe de jornalismo e emissoras parceiras do interior do estado. O conteúdo dos noticiários enfatiza o que acontece no Rio Grande do Sul e cobre todos os campos da informação: política, economia, cultura, comportamento, esportes e outros temas do cotidiano (TVERS, site institucional, 2015).

O telejornal é apresentado em três blocos, além das notícias conta com duas entrevistas, geralmente com especialistas, sobre temas como saúde, economia e direito. Outro diferencial está nas entradas “ao vivo” (*webcam*), direto do estúdio da rádio FM Cultura, dos locutores que cometam sobre artes plásticas, literatura, música, teatro e cinema durante três minutos por edição. A nova diretoria, também tem apostado em uma série de convênios com emissoras locais, comunitárias, universitárias e produtoras de diversos municípios do interior do estado que enviam sua produção de reportagens para veiculação no telejornal. No dia acompanhado pelos pesquisadores das nove reportagens exibidas, três foram produzidas por estes parceiros: TV Ijuí, TV Feevale e TV Cultura dos Vales. O material que enriquece o programa com informações de outros municípios, não poderia ser produzido pela TVERS que não tem estrutura fora de capital e nem recursos para enviar equipes de externa ao interior. Por outro lado, não há um controle de qualidade do que é veiculado, tanto no conteúdo, quanto no formato (qualidade da imagem, textos, infográficos, gerador de caracteres entre outros aspectos).

Por falta de investimentos nos últimos governos, a TVERS ainda está em processo de mudança do analógico para o digital e por isso trabalha em um sistema operacional misto. Está prevista, para o final deste ano, a efetivação do *play out* do sistema *inews*. As matérias são captadas em cartão, mas passam pela ilha e são copiadas em *DVCam* para posterior edição nas ilhas compatíveis. Só existe uma ilha de edição não linear em operação e o material editado nela é copiado em fita para poder ser exibido.

Quanto à utilização das novas plataformas como extensão ou mesmo veiculação de conteúdo original as iniciativas são incipientes. As reportagens do telejornal que estão no site da TVERS ou mesmo são veiculadas no canal da emissora no *Youtube* possuem mais a característica de *crossmedia*. Houve uma tentativa de produzir conteúdos jornalísticos exclusivos para a internet, ou mesmo de colocar material inédito que depois seria veiculado pela emissora. Mas a iniciativa foi paralisada depois que, por decisão judicial, a emissora foi obrigada a dispensar os estagiários que haviam sido contratados para realizar

estas atividades. Assim, é o próprio gerente de novas mídias quem edita e disponibiliza os vídeos, faz os *posts* com as chamadas dos programas no *twitter*, sem qualquer compromisso com a regularidade do trabalho.

O programa Radar, escolhido para ser observado porque sobreviveu à inconstância da programação da TVERS ao longo da sua história, demonstra potencial para enfrentar os novos tempos da cultura digital. Além disso, tem forte ligação com o público jovem, aqui chamado como público nômade. A revista esta no ar, sem interrupções, há 24 anos, desde 1994, o que pode ser considerado um recorde na história da televisão gaúcha. De acordo com o site oficial da emissora:

“O programa é voltado tanto para os novos talentos quanto para as bandas já consagradas do cenário local e nacional. Além de trazer atrações musicais ao vivo, o Radar produz matérias sobre o mundo da música, a agenda cultural, notícias, entrevistas, dicas e exibição de videoclipes de bandas locais, nacionais e internacionais” (TVERS, site institucional, 2015).

O conteúdo é exibido de segunda a sexta, às 20hs e tem em média um ponto de audiência no IBOPE, sendo o sexto mais assistido no horário. Com a observação participante dos pesquisadores que acompanharam a rotina de produção durante dois dias foi possível identificar as estratégias utilizadas pelos produtores para tentar atrair o público jovem. O programa tem um quadro diário na programação da rádio FM Cultura; utiliza um canal no *YouTube* para disponibilizar conteúdo do que já foi ao ar na televisão, mas sem regularidade; uma *fanpage* com 11.600 seguidores no *Facebook*, a página do Radar é a mais curtida entre os programas da emissora, mas sem postagens regulares e com demora na resposta aos receptores. Durante estes dois dias de acompanhamento houve apenas cinco postagens, 60 curtidas e um questionamento do telespectador que levou dois dias para ter retorno da emissora.

Em relação à migração do analógico para o digital, o programa Radar é pioneiro dentro da TVERS, sendo o único programa a realizar de forma digital todo o processo de produção (a exceção dos *offs*), gravação e exibição. A equipe costuma utilizar o *Skype* para gravar entrevistas com artistas que estão em outros lugares do Brasil. A repórter fica diante de um computador e um cinegrafista registra a entrevista daquele ângulo. Depois, na edição, utilizam imagens diretas do *software*, em que o entrevistado aparece com mais

nitidez. Outra iniciativa, ainda em fase de teste, são as chamadas de vídeo nas redes sociais. Duas semanas antes do início desta pesquisa, a equipe começou a gravar chamadas com celular. Nelas, o apresentador adianta os temas e bandas da semana.

4. CONCLUSÃO

Neste contexto de migração digital, quando cada vez mais canais e serviços estão disponíveis para o telespectador da televisão aberta, é preciso pensar num modelo de televisão pública que tenha legitimidade por ser, efetivamente, complementar ao sistema privado. Uma das condições para esta legitimidade está na diversidade da programação focada em atender aos cidadãos e não aos consumidores. Apostando em conteúdos e formatos inovadores que possam atrair o público em geral pela exclusividade e o público nômade pela inovação e interação.

O programa Radar parece ser um exemplo disso, não há nada semelhante nas grades das emissoras concorrentes no estado. Além disso, contribui para o desenvolvimento, divulgação e debates sobre os talentos musicais locais e regionais que não encontram outros espaços para chegar ao telespectador. Outra característica interessante é que o programa interessa ao público jovem que em geral tem se afastado da televisão aberta por falta de identificação com os conteúdos e formatos veiculados.

O telejornal Canal Aberto, por outro lado, tem potencial para desenvolver reportagens especiais com narrativa *transmedia*. O programa já tem o reconhecimento junto ao seu público por dar um tratamento diferenciado à notícia, com temas que usualmente não estão nos telejornais da televisão comercial local. Outra característica importante do jornalismo da TVERS é poder se tornar uma fonte de informação e pesquisa bastando para isso disponibilizar o material com regularidade através dos canais na internet. A participação das emissoras locais do interior do estado, mais do que a formação de uma rede regional, indica um potencial de uso por outras vozes no telejornal. São reportagens produzidas por emissoras universitárias, comunitárias, *webtvs* representativas da sociedade que ganham espaço e repercussão junto aos públicos da emissora em todo o estado.

Porém, a relação custo benefício da manutenção de uma emissora “pública” de televisão ainda está longe de ser justificada. Mesmo que a lógica neste caso não seja de atrair quantitativamente a audiência, o esforço só se justifica se atrair a audiência que mais precisa de produtos informativos e culturais diferenciados que proporcionem o debate, a reflexão e o conhecimento. Neste sentido, mesmo com as restrições de orçamento, a televisão pública deveria aproveitar a mudança tecnológica digital para experimentação. Incrementar a interatividade e explorar os recursos multimídia.

Encontramos nas rotinas de produção dos programas, indícios de narrativa *crossmedia*, com a utilização da rádio FM Cultura, do site oficial da emissora, das páginas de sites de redes sociais que de alguma forma tem mobilizado a audiência. Mas é preciso mais, estas iniciativas além de tímidas esbarram numa estrutura tecnológica, numa cultura administrativa e até mesmo dos funcionários, ainda ligados ao sistema analógico. Onde os cargos e funções são compartimentados, onde cada programa é produzido sem conexão com o restante da grade e a internet e os novos dispositivos de recepção são vistos com desconfiança e como aumento na carga de trabalho.

Os poucos recursos existentes poderiam ser destinados à capacitação destes profissionais, digitalização de todo o processo de produção, da captação, edição e exibição de conteúdos. Utilizar a interação dos telespectadores com menos desconfiança. Provocar o diálogo, responder as suas expectativas e incorporar esta participação com regularidade. Para isso, pelo menos alguns programas podem e devem apostar na narrativa *transmedia*.

Através de parcerias, convênios e leis de incentivos, é possível fomentar a Indústria Criativa de Conteúdos Audiovisuais e utilizar as pesquisas acadêmicas como fontes para esta mudança, tanto na análise do que é exibido, quanto na experimentação de novas linguagens e formatos, até o campo da recepção. As pesquisas desenvolvidas pelo Centro Tecnológico Audiovisual do Rio Grande do Sul (TECNA), no ano de 2015, já apontaram algumas tendências. Em conjunto seria possível desenvolver um aplicativo para recepção em dispositivos móveis como os celulares, pelo sistema de televisão aberto e terrestre, sem custo adicional para o receptor. Para o site da emissora seria indicada uma reformulação proporcionando o uso da Segunda Tela, com conteúdos adicionais e canal adequado para a participação do telespectador. Assim também pode ser feito com as redes sociais.

O investimento em tempo e trabalho de forma regular nas páginas do *Facebook*, do *Instagram*, do *Twitter*, entre outras, pode ir muito além das raras postagens, com chamadas, conteúdos exclusivos e produções “ao vivo” *online* proporcionando a experiência da *Social TV*. Por fim, a utilização dos canais da internet como *YouTube* para a disponibilização dos arquivos dos programas da emissora ao público, numa videoteca virtual sem precedentes, aliando o arquivo da internet ao fluxo da emissora.

Todas estas mudanças parecem ser mais adequadas às emissoras de serviço público, para aproxima-las do conceito de hipertelevisão, uma vez que estas não precisam do retorno financeiro imediato. A experimentação, inclusive, pode levar a outras formas de financiamento que não apenas o Governamental, hoje tão prejudicial para a liberdade editorial da programação.

De qualquer forma, a exemplo do que já aconteceu na Europa e nos Estados Unidos, a cultura da convergência e a digitalização do sistema de radiodifusão, devem ser o ponto de partida para um novo marco regulatório do serviço público de televisão no Brasil. Não é uma questão de copiar o sistema de outro país, mas de se inspirar em vários deles. Financiamentos diretos com taxas pagas pelos telespectadores; direcionamento de parte do lucro das emissoras privadas para as públicas; parcerias público/privadas; doações de empresas através de leis de incentivos; editais setorializados, entre tantos outros. Sempre atentos para a diversidade, para a qualidade e no distanciamento da influência direta dos “governos do dia”.

Referências

- ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.
- CÁDIMA, Francisco Rui. *Reflexão sobre a Televisão Pública Europeia no contexto de transição para o Digital*. (183-204). In: FREIRE FILHO, João; BORGES, Gabriela (orgs.). **Estudos de Televisão: Diálogos Brasil-Portugal**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- CANITTO, Newton. **A Televisão na Era Digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010. COLETIVA.NET. **TVE deixa de produzir cinco programas**. Disponível em: <<http://coletiva.net/noticias/2015/05/tve-deixa-de-produzir-cinco-programas/>>. Acesso em 28 novembro.

FINGER, Cristiane. **TVs públicas & TVs privadas: ética e ideologia do controle dos meios de comunicação.** 2002. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Faculdade de Comunicação Social, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2002.

_____. *Telejornalismo Mobile: um estudo sobre a recepção das notícias no celular pelo público adultos/idosos.* **Revista Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 12, n. 34, p. 30-45, maio/ago. 2015.

FINGER, Cristiane; SOUZA, Fábio C. *Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar.* **Revista FAMECOS – mídia Cultura e tecnologia.** Porto Alegre, v.19, n.2, pp. 373-389, maio/agosto, 2012. Disponível em:

http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revista_famecos/article/view/12320/8260

FUNDAÇÃO CULTURAL PIRATINI – Rádio e Televisão. **No ar um projeto em construção: uma contribuição à memória TVE e FM Cultura.** Porto Alegre, 20012. (s. a.)

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEAL FILHO, Laurindo. **A melhor TV do mundo: o modelo britânico de televisão.** São Paulo: Summus, 1997.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2002.

TORVES, José Carlos de Oliveira. **Televisão Pública.** Porto Alegre: Editora Evangraf Ltda., 2007.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no telejornalismo: o que você vai ver a seguir.** Vitória: Espaço Livros, 2009.

WOLTON, Dominique. **Elogio ao grande público. Uma teoria crítica da televisão.** São Paulo: Ática, 1996.

SCOLARI, Carlos. Hacer Clic. **Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales.** Barcelona: Gedisa, 2004.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira.** São Paulo: Summus Editorial, 2004.

ZERO HORA. **Corte de gastos do governo vai reduzir atividades da TVE.** Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2015/01/corte-de-gastos-do-governo-vai-reduzir-atividades-da-tve-4686330.html>>. Acesso em: 20 fev.2016.