

CRISTIANE FINGER, JOÃO VICENTE RIBAS, GREETCHEN  
FERREIRA IHITZ & MÁRIO ABEL BRESSAN JUNIOR

cristiane.finger@pucrs.br; pampurbana@gmail.com;  
fgreetchen@hotmail.com; marioabelbj@gmail.com

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL, BRASIL

## TVE-RS: DESAFIOS DA TELEVISÃO PÚBLICA NA CULTURA DA CONVERGÊNCIA DIGITAL

### RESUMO

Neste artigo estão os resultados de uma pesquisa que analisou a programação da TVE-RS com o objetivo de encontrar os entraves e as oportunidades para a adoção da narrativa transmídia 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; a técnica de observação participativa para estudar as rotinas de produção da emissora e, ainda, a entrevista em profundidade com dois telespectadores para uma sondagem no campo da recepção. Encontramos como principal dificuldade a inconstância na grade de programação e influência direta dos governos na linha editorial. Por outro lado, identificamos um potencial para a produção de conteúdos de narrativa transmídia no sentido de aproximar a programação do chamado público nômade (Moraes citado em Tourinho, 2009). O objetivo é indicar caminhos para que a televisão pública no Brasil possa se legitimar através da diversidade do seu conteúdo e da complementaridade da programação em relação às emissoras privadas.

### PALAVRAS-CHAVE

TV públicas; convergência; narrativas transmidiática; comunicação

---

### INTRODUÇÃO

A 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 1990. 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, 2011, p. 189)

Nos Estados Unidos, a televisão pública tem como particularidade a separação entre produção, programação e geração de conteúdos, e ainda, a PBS<sup>1</sup> aposta na diversidade de financiamento para ter liberdade editorial, são investimentos de fundações privadas diretamente nos programas, verbas governamentais e também doações individuais significativas, com origem nas grandes fortunas.

No Brasil, as televisões educativas foram criadas inicialmente para atender a um programa de ensino nacional que fracassou. Em 1964, o Ministério da Educação e Cultura reivindicou ao Ministério das Comunicações três canais de televisão de carácter educativo. 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, 2006).

A criação da TVE-RS faz parte desta história, começou em 21 de junho de 1968, quando o Governo Federal outorgou a concessão pelo Decreto n° 62.822. Em 1989 foi inaugurada a FM Cultura, emissora de rádio que faria 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.

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

<sup>1</sup> Public Broadcasting Service foi criada em 1969 e hoje reúne 350 emissoras locais e nacionais numa organização que não é propriamente uma rede, mas funciona em conjunto.

da prestação de serviço público. Mas, como ressalta Torves (2006), 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.

É neste contexto que se dá esta pesquisa empírica. A coleta de dados sobre a programação da TVE-RS 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<sup>2</sup>.

A primeira etapa da pesquisa dedicou-se a acompanhar sistematicamente duas semanas de programação da TVE-RS, 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 de dois dos programas tentando identificar os pontos positivos e negativos enfrentados pelos profissionais envolvidos nestas práticas. Por fim, foi realizada uma sondagem qualitativa no campo da recepção, com entrevistas em profundidade com quatro telespectadores, indicados pela própria emissora como fiéis e participativos, no intuito de compreender a relação deles com a emissora e seus conteúdos.

## NARRATIVA TRANSMÍDIA PARA A HIPERTELEVISÃO

A queda nos índices de audiência das emissoras brasileiras de sinal aberto foi amplamente divulgada nos veículos especializados em 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 citado em 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 o ano de 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

<sup>2</sup> O estudo foi financiado pelo Edital: FAPERGS/PUCRS/TECNA, 2015 – Projeto Centro de Produção e Pós-Produção de Conteúdos Digitais Criativos.

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.

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.

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 chamada *hipertelevisão*, conceito desenvolvido por Carlos Scolari (2004), pode ser a resposta para todos 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 consolas 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, surge o fenômeno da narrativa transmídia quando 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 interação (Jenkins, 2009).

## LEGITIMIDADE, DIVERSIDADE E PARTICIPAÇÃO

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 (Corte de gastos do governo vai reduzir atividades da TVE, 2015). 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 veiculado<sup>3</sup>. 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.

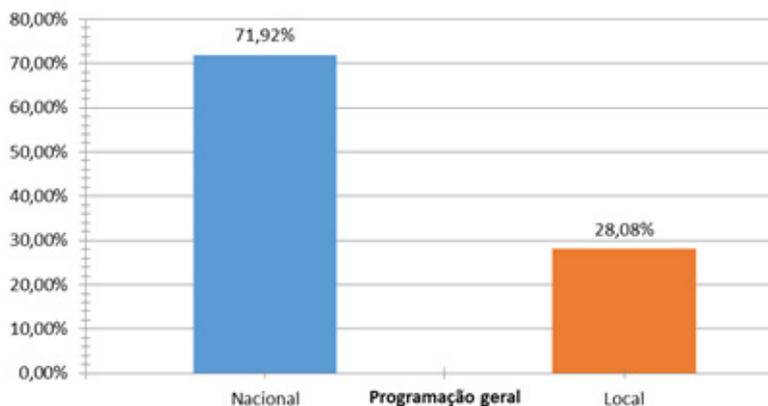


Gráfico 1: programação nacional X local – Governo Tarso do PT. Semana de 6-12 de abril

<sup>3</sup> 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.

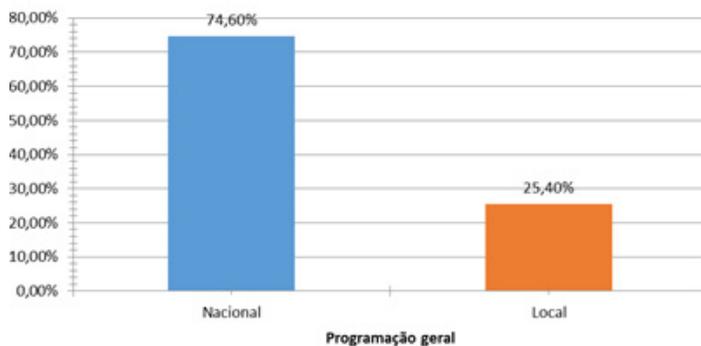


Gráfico 2: Programação nacional X programação local – Governo Sartori do PMDB. Semana de 18 a 24 de maio

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, mesmo que sempre de cunho cultural. 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 de telejornal 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<sup>4</sup>. 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 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* (música). Na área do entretenimento/cultura, 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* (música popular brasileira); *Sonzeira* (shows de rock); *Faces* (entrevistas) e *TVE Esportes* (revista).

<sup>4</sup> Depois da coleta de dados em 2015, a direção da TVE efetuou novas mudanças na grade e diminuiu o tempo do telejornal *Segunda Edição*, que era exibido das 19h30 às 20h e passou, a partir de 06/01/2016, para das 19h às 19h30. A direção de telejornalismo informou aos pesquisadores que se tratava de uma adequação em função da redução das horas extras pagas aos servidores.

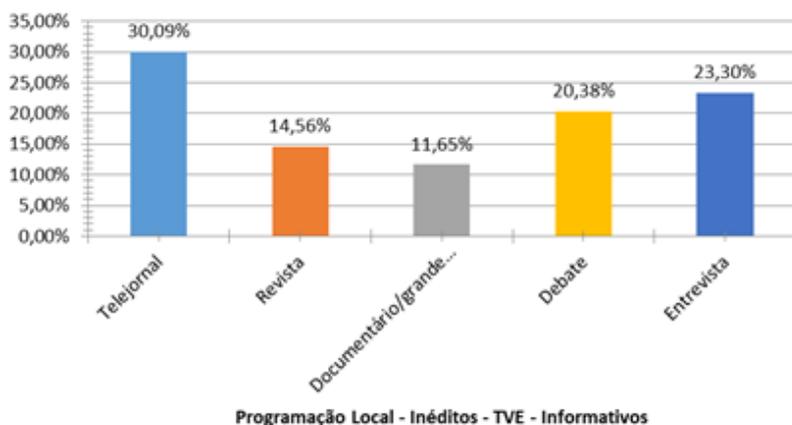


Gráfico 3: Formatos de programas jornalísticos – Governo Tarso do PT. Semana de 6 a 12 de abril

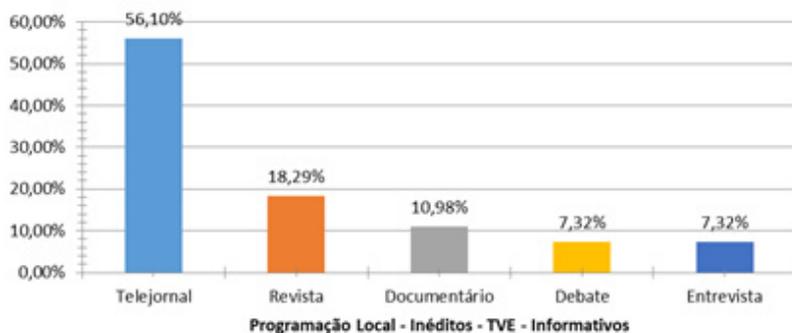


Gráfico 4: Formatos de programação jornalística – Governo Sartori do PMDB. Semana de 18 a 24 de maio

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 têm 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 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.

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 (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 um programa que sobreviveu a inconstância da programação da TVE-RS ao longo da sua história e que por isso demonstra potencial para enfrentar os novos tempos da cultura digital. O programa Radar 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 vídeos de bandas locais, nacionais e internacionais<sup>5</sup>.

O conteúdo é exibido de segunda a sexta, às 20h e tem em média um ponto de audiência no IBOPE. 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, mas sem postagens regulares e com demora na resposta aos receptores. Durante dois dias de acompanhamento houve apenas cinco postagens, 60 curtidas e um questionamento do telespectador levou dois dias para ter retorno da emissora.

Por fim, com a indicação da própria emissora, encontramos dois telespectadores, conhecidos dos produtores do programa Radar pela sua fidelidade e participação. Eles entram em contato com a produção regularmente com sugestões, pedidos e críticas através de telefonemas, emails, redes sociais e chegam a reproduzir os conteúdos em canais pessoais na

<sup>5</sup> Retirado de <http://www.tve.com.br/programas/radar>

internet (YouTube). As duas entrevistas estruturadas e abertas foram realizadas pelos pesquisadores com cada telespectador individualmente em data e locais previamente marcados, fora da emissora. Nas respostas foi possível identificar a relação de fã deles com o programa, há um reconhecimento de qualidade do conteúdo exibido, relacionando a oportunidade de divulgação dos talentos e da produção musical local:

o Radar ele não é só um programa só pra bandas, só pra música. Entendeu? Então tem aquela conversa informal com o telespectador e que te leva pra banda, que tu começa a fazer parte daquele trabalho novo que os caras tão mostrando ali. Geralmente tu não conhece os músicos que tão ali. Entendeu? É muito intimista, parece o quintal da casa do cara, assim. Mais ou menos por aí que eu enxergo. (entrevistado 1<sup>6</sup>)

Também ficou confirmada a participação frequente e regular destes telespectadores que deixam de apenas assistir para interagir e efetivamente mudar o conteúdo exibido:

daí a gente vai lá e diz que quer conversar com a galera. Daí eles (produção) passam o contato (da Banda), e se cria uma ponte e a gente mantém a rede daí, né. A gente vai lá e adiciona e começa a conversar, marcar contato e tal. De repente até montamos projetos juntos. Então é uma porta também, assim. (entrevistado 1)

Outro indicativo é de que eles gostariam de ter controle sobre o horário (sob demanda) e local (outros dispositivos como computadores e celulares) para assistir o programa:

então assim, às vezes tu chega tarde em casa, tu não tem como ver reprise na madrugada porque no outro dia de manhã tu tem que tá no batente de novo. Aí o cara pula. Mas daí o cara vai pro YouTube, vai pro Facebook, e alguém lançou ali. (entrevistado 2<sup>7</sup>)

Nas redes sociais são formadores de opinião e capazes de mobilizar outras pessoas para a audiência: “daí a importância da rede social pra televisão. Que hoje a rede social é muito mais realidade do que a própria TV” (entrevistado 1); “sempre dou um *like* e curto quando tem uma banda que me interessa” (entrevistado 2).

<sup>6</sup> Homem, 37 anos, *office boy*, morador de Canoas.

<sup>7</sup> Homem, 33 anos, líder comunitário, morador de Esteio.

E por fim, utilizam o programa para alimentar seus próprios canais na *web* reproduzindo alguns conteúdos de sua preferência e estabelecendo uma espécie de arquivo digital com acesso público:

que eu não gosto de perder mesmo é o Radar da TVE. Inclusive eu tenho canal no YouTube e ali tem mais de 100 vídeos que eu gravo da televisão. Mais de 120. O canal está muito atrelado à música popular gaúcha e *rock* gaúcho. (entrevistado 1)

## 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 e divulgação dos talentos musicais locais e regionais que não encontram outros espaços para chegar ao público. 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.

Por outro lado, 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 e quer produtos 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 do programa poucas iniciativas de convergência que esbarram na estrutura tecnológica, na 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 às suas expectativas e incorporar esta participação com regularidade. Para isso, pelo menos alguns programas podem e devem apostar na narrativa transmídia.

Seria possível, por exemplo, utilizar o site da emissora como 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 da web pode ir muito além das raras postagens, com chamadas, conteúdos exclusivos e produções “ao vivo” online. 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.

Todas estas mudanças parecem ser mais adequadas às emissoras de serviço público, uma vez que estas não precisam do retorno financeiro imediato, inclusive, a experimentação 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 BIBLIOGRÁFICAS

Bardin, I. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.

- Cádima, F. R. (2011). Reflexão sobre a televisão pública europeia no contexto de transição para o digital. In J. Freire Filho & G. Borges (Eds.), *Estudos de televisão: diálogos brasil-portugal* (pp. 183-204). Porto Alegre: Sulina.
- Corte de gastos do governo vai reduzir atividades da tve (2015, 23 de janeiro). *zero hora*. Retirado de <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2015/01/corte-de-gastos-do-governo-vai-reduzir-atividades-da-tve-4686330.html>
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Torves, J. C. (2006). *TVE-RS: governos x conselho deliberativo: um estudo das operações ideológicas no comando da emissora*. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.
- Tourinho, C. (2009). *Inovação no telejornalismo: o que você vai ver a seguir*. Vitória: Espaço Livros.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic. hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Souza, J. C. A. de (2004). *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. São Paulo: Summus Editorial.

Citação:

Finger, C., Ribas, J. V., Ferreira, G. & Junior, M. A. B. (2018). TVE-RS: desafios da televisão pública na cultura da convergência digital. In M. Oliveira & S. L. Évora (Eds.), *Livro de atas do XII Congresso da Lusocom – Cibercultura, regulação mediática e cooperação* (pp. 347-358). Braga: CECS.