

REVISTA ABTU

TV Universitária + TV Pública

ABTU - Associação Brasileira de Televisão Universitária - 2017 - nº 4 - ISSN: 2318-4566

A photograph of three children in a classroom setting. In the foreground, a young girl with dark curly hair is looking down at a smartphone she is holding. Behind her, a boy is also looking at a device. To the right, another child is partially visible. They are all seated at a wooden desk. An open book is lying on the desk in the lower right corner. The background is softly blurred, showing more of the classroom environment.

**Educação, Tecnologia
e os desafios das TVs
Universitárias e Públicas**



PROJETOS PARA SEU ESTÚDIO

A Merlin Projetos é uma empresa especializada na elaboração e execução de projetos de vídeo e áudio para faculdades, TV's, produtoras de vídeo e empresas que necessitam de respaldo técnico audiovisual.

Se você tem um estúdio, emissora de TV de pequeno, médio ou grande porte, pode ter seus projetos idealizados com uma equipe técnica qualificada e capacitada para desenvolver soluções eficientes na elaboração e execução do seu projeto.

MONTAGEM DE ESTÚDIOS
CAPTAÇÃO DE VÍDEO E ÁUDIO
PROJETOS DE EDIÇÃO

PROJETOS DE ARMAZENAMENTO
PROJETOS PARA TRANSMISSÃO
PROJETOS PARA STREAMING

CONHEÇA TAMBÉM NOSSA UNIDADE MÓVEL

Telefone: (19) 3741-4488
www.merlinprojetos.com.br

merlin
PROJETOS

Neste ano, comemoramos 20 anos desde a realização do 1º Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias, que aconteceu, em Caxias do Sul/RS, em outubro de 1997, por iniciativa da Universidade de Caxias do Sul, uma das pioneiras no Brasil em televisão educativa e universitária. Foi neste evento, que contou com a presença de representantes de 50 universidades brasileiras, 150 participantes e o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul, que nasceu a ideia da criação da ABTU.

Três anos mais tarde, a Associação nascia em São Paulo, com o objetivo de criar uma rede de intercâmbio de programação e experiências. De lá para cá, foram mais 15 fóruns, sendo o último realizado, em agosto, na UNIVAP – Universidade do Vale do Paraíba.

Além disso, a Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária (RITU), efetivamente criada, se fortaleceu. Paralelamente, a ABTU passou a fazer parte de importantes discussões sobre o futuro da TV pública, processo iniciado antes do I Fórum Nacional de TVs Públicas, em 2006/2007, período em que foi uma das elaboradoras, se mantendo nos principais debates contemporâneos sobre o segmento.

Por sua origem acadêmica, portanto, era natural o desenvolvimento da Revista **ABTU – TV Universitária + TV Pública**, que ao chegar à quinta edição, já teve sua qualidade e contribuição ao meio acadêmico e a Televisão Universitária Brasileira, reconhecidas. Antes mesmo de fazermos um pedido formal, pois aguardávamos o número deste ano para enviar um kit com as últimas edições, nossa revista entrou para o rol das revistas **Qualis Periódico da CAPES/Plataforma Sucupira**, nas Áreas de Avaliação em Comunicação e Informação, Educação e Interdisciplinar. Isto significa que a nossa publicação foi naturalmente citada nos currículos Lattes dos pesquisadores, assim como em artigos de outras publicações. Ou seja, a Revista ABTU apareceu naturalmente por seus próprios méritos.

Temos total consciência que esse é apenas o primeiro passo para uma revista acadêmica e que precisamos nos dedicar ainda mais para que, a cada avaliação, ela possa subir sua qualificação e se tornar o que todos nós queremos, a principal referência no nosso segmento. Portanto, agora é acima e avante!

Visando esse objetivo, ainda este ano, vamos colocar no ar a página oficial da revista, o que tornará mais fácil a localização da publicação e, conseqüentemente, seremos ainda mais referenciados.

Gostaríamos de expressar nossos enormes agradecimentos aos pioneiros que participaram daquele primeiro Fórum, a todos que se somaram a essa associação ao longo dos anos e, especialmente, à Unifor, que apoiou o projeto pioneiro de uma revista acadêmica para TV Universitária.

E vamos em frente, porque ainda há muito espaço para a TV Universitária.

Fernando José Garcia Moreira

Presidente da ABTU



UNIFOR: A MELHOR DO NORTE NORDESTE *

www.unifor.br

*Segundo o Ranking Universitário Folha (RUF 2016),
considerando universidades particulares.



FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA
ENSINANDO E APRENDENDO

Sumário

TV Universitária

TV Universitária pública: entre a sobrevivência e a convergência digital.....6
Ricardo Borges Oliveira

UnBTV e Mecanismos de Participação: a experiência do programa de ouvidoria e outras possibilidades.....10
Fernando Oliveira Paulino
Neuza Meller
Jairo Faria Guedes Coelho

A formação do profissional de televisão: educomunicação e construtivismo na tv universitária.....14
Fernando Moreira

TV Educativa

A TV Educativa brasileira é educativa? Um estudo das relações entre TVE e escolas locais18
Cláudio Márcio Magalhães
Izabella Fonseca Costa
Luiz Cláudio França Santos Magalhães

Comunicação, Mídia, Espetáculo, Cidadania. As instituições do estado brasileiro em cena.....25
Renato de Almeida Vieira e Silva

Tecnologias e Educação: TVD e Inclusão Sociodigital.....31
José Anderson Santos Cruz
Thaís Conte Vargas

TV Digital

A sociabilização da TV digital brasileira: políticas, direitos autorais e licenças criativas37
Lucio Marcos do Bom Conselho

Canais públicos mineiros de TV diante das reconfigurações da segunda tela.....42
Soraya Ferreira
Isabela Norton

Rede prosa: uma experimentação colaborativa de TVs e rádios das lces47
Marcus Staudt
Sandro Kirst

Pílulas52

Resenha

Escola e tecnologia: um diálogo necessário54
Maria Lúcia Miranda Afonso

CONSELHO EDITORIAL REVISTA ABTU

Hélio Solha – UNICAMP – Presidente
Adriano Santana – FUNVIC
Alberto Cesar Russi – UNIVALI
Alexandre Kielling – Universidade Católica de Brasília
Amarildo Batista Carnicel – UNICAMP
Américo Alves Cerqueira Passos – UNIFENAS
Ana Silvia Lopes Davi Médola – UNESP
Andréia de Vargas Souza – FEEVALE
Carlos Alberto Carvalho – PUC RS
Carlos Bottesi - UNICAMP
Claudiney Rodrigues Correa – MACKENZIE
Cláudio Márcio Magalhães – Centro Universitário UNA
Daniel De Thomaz - MACKENZIE
Eduardo Rodrigues da Silva – PUC-GO
Fabiano Pereira – USP
Fernando José Garcia Moreira – UNIVAP
Gabriel Priolli Neto
Helena Cláudia Fernandes dos Santos – UNIFOR
Ítala Clay de Oliveira Freitas – UFAM
Jair Giacomini – UNISC
Julio Wainer – PUC-SP
Neuza Meller Maia – UnB
Pedro Henrique Falco Ortiz – Faculdade Cásper Líbero
Sandro Luis Kirst – UNIVATES

EXPEDIENTE

Produção: Agência de Imprensa - Tel.: (12) 3913-3858 - www.agenciadeimprensa.com.br
● **Coordenação de Jornalismo e Edição:** Areta Braga e Rafaela Garcia
● **Editor Responsável:** Prof. Dr. Cláudio Márcio Magalhães - MTB: 3613/MG
● **Diagramação:** Luiz Carlos Coltro
● **Revisão:** Flávia Gavioli
● **Fotos:** Divulgação.
● **Tiragem:** 200
● **Impressão:** Gráfica Unifor.

TV Universitária pública: entre a sobrevivência e a convergência digital

Ricardo Borges Oliveira¹
Universidade de Brasília - UnB

Resumo: As TVs Universitárias públicas ainda não conseguiram ter a sua importância reconhecida e ser conhecidas pelas comunidades interna e externa. A ausência de investimentos tem impedido essas emissoras de migrar para o sistema digital, em fase de implantação no País. Soma-se a esse quadro a incerteza quanto à ocupação dessas TVs no espectro digital, tendo em vista a prevalência do modelo comercial, bem como a perda de recursos e de autonomia imposta à EBC. O presente artigo apresenta as perspectivas para essas emissoras de TV do campo público com a nova tecnologia. São apresentados quatro casos de TVUs públicas em diferentes estágios de digitalização e ocupação do espectro. Conclui-se que se faz necessária uma política de valorização dessas emissoras Públicas, além de mais investimentos em inclusão digital.

Palavras-chave: televisão; digitalização; comunicação; universidade.

Abstract: Public Colleges TV have not yet been able to have their importance recognized and be known by the internal and external communities. The lack of investment has prevented Public University TVs from migrating to the digital system. Added to this uncertainty framework about the use of these TVs in the digital spectrum, considering the prevalence of the commercial pattern, as well as the loss of financial resources and autonomy imposed on the EBC (Brazil Communication Company). This article presents the perspectives for these TV stations from the public field with the new technology. Four cases of public TVUs are presented in different stages of digitalization and occupation of the spectrum. It is concluded that a policy of valorisation of these public broadcasters is necessary, as well as more investments in digital inclusion.

Keywords: television; digital system; communication; college.

Introdução

O meio de comunicação mais popular no Brasil passa por profundas transformações. A implementação do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD) traz grandes expectativas ao campo público de televisão: as TVs educativas e os canais de TV a cabo, das quais fazem parte as TVs universitárias. Entre os avanços esperados estão a alta definição de som e imagem e a interatividade, contribuindo para a afirmação da cidadania.

Para as TVUs públicas, aquelas vinculadas a instituições de ensino estatais, a TV digital aberta representa a possibilidade de serem conhecidas. Mas, para tanto, essas emissoras precisarão superar suas limitações. Essa tarefa não é simples, tendo em vista que essas emissoras dependem de recursos da própria IES, em um cenário de corte de verbas. Os custos e as limitações tecnológicas emperram a digitalização das emissoras públicas, o que contribui para a falta de democratização das comunicações (BOLÃO; BRITTOS, 2007). Afinal, a conformação do espectro audiovisual brasileiro é marcada pela prevalência do interesse privado, em detrimento da diversificação da produção (PREVEDELLO, 2015).

O presente trabalho se propõe a analisar a TVU pública na perspectiva da implantação do SBTVD, à luz dos debates sobre a regulamentação e a democratização das comunicações. Este estudo faz uma revisão bibliográfica para tratar dos

conceitos de comunicação pública e TV Universitária pública, bem como problematizar questões relacionadas à migração digital, em especial no âmbito das TVUs. Serão apresentados quatro casos de TVs Universitárias brasileiras, em diferentes estágios de migração para o sistema digital, a partir de uma análise documental de informações coletadas em páginas da internet e de depoimentos verbais.

TV Universitária e o campo público de televisão

Segundo preconiza o Decreto 52.795/1962, a TV é definida no Brasil como um serviço de finalidade educativa e cultural, sendo permitida a sua exploração comercial, desde que não haja prejuízo a sua finalidade. O campo da TV pública brasileira, por sua vez, é complexo e diverso. As emissoras que compõem esse arco possuem origens, estruturas e finalidades distintas, com diferentes regulamentações. O setor é formado pelas TVs educativas, regulamentadas pelo Código Brasileiro de Telecomunicações, e os chamados “canais básicos de utilização gratuita”, definidos pelo artigo 23 da Lei 8.977 (BRASIL, 1995). São os canais comunitários, legislativos, executivos, judiciários, educativos e universitários.

Vale ressaltar que TV Universitária (TVU) não é sinônimo de TV pública, pois muitas TVUs são originárias de instituições de Ensino Superior privadas. Embora a Lei 8.977 determine que ape-

nas as universidades têm direito ao canal universitário, na prática, faculdades e centros universitários “acabam beneficiadas por acordos políticos entre grupos de entidades que administram as operações” (PREVEDELLO, 2015, p. 2). Portanto, as TVs Universitárias públicas podem ser entendidas como aquelas vinculadas às universidades públicas/estatais, que buscam “suprir a carência por conteúdo local dissociado do interesse comercial” (Ibid, p. 3), em oposição às TVUs ligadas a IES privadas, comprometidas com os interesses da mantenedora.

A Associação Brasileira da Televisão Universitária (ABTU) reforça que as TVUs têm caráter público, sem fins lucrativos. Ainda segundo a ABTU, a TV Universitária busca integrar a pesquisa, o ensino e a extensão, configurando-se como um ambiente privilegiado para a reflexão crítica, a experimentação e a formação de um novo profissional de comunicação (FÓRUM NACIONAL DE TVs PÚBLICAS I, 2006). Para alcançar os seus objetivos, a TV pública universitária enfrenta grandes restrições, dentre as quais a falta de investimento e o isolamento na TV a cabo.

A criação e a manutenção de uma TV no âmbito da universidade demandam alto custo. Atualmente, inexistem mecanismos de financiamento que contemplem as TVUs. Uma vez que a legislação proíbe a venda de espaço nos intervalos, tanto nas emissoras abertas quanto nas TVs a cabo, resta às próprias

IES manterem as suas TVs. Tal dependência torna-se crítica no atual cenário de contingenciamento de recursos. São altos investimentos que requerem “decisões políticas, administrativas e, principalmente, financeiras que irão necessitar de uma determinação firme dos escalões decisórios da entidade” (PRIOLLI; PEIXOTO, 2004, p. 21).

O dilema da TVU é, portanto, atingir um público amplo e dialogar com a sociedade, estando a emissora restrita ao cabo, acessível apenas às classes de maior poder aquisitivo. Além disso, na TV por assinatura, as TVUs dividem espaço com redes internacionais que exibem programação segmentada e detêm audiência consolidada; “sem contar os canais da TV aberta, que mesmo no cabo, pela qualidade superior de recepção de imagem e som, ainda ocupam a liderança entre os telespectadores” (RAMALHO, 2010, p. 65).

Outro desafio é exercer o seu caráter público, buscando formar cidadãos críticos e participantes, a partir de uma programação qualificada – ainda mais porque “muitas delas, dividem espaço com os laboratórios dos Departamentos de Comunicação das Instituições, não têm equipamentos nem equipes suficientes para produzir em grande volume (...)” (PRIOLLI; PEIXOTO, 2004, p. 7).

É nesse cenário de grandes desafios e luta pela própria sobrevivência que as TVs Universitárias públicas brasileiras têm movido esforços para a obtenção de um canal digital aberto, com qualidade de imagem e som em alta definição.

TV Universitária pública e as potencialidades da TV digital

O advento do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), instituído pelo Decreto 4.901 (BRASIL, 2003), representa um momento histórico para o campo público de TV no Brasil, em especial para as TVs Universitárias. Com a migração para a tecnologia de transmissão digital, a expectativa das TVUs é sair do isolamento em que se encontram e chegar aos lares de milhares de pessoas, além de oferecer várias funcionalidades, entre as quais: a inclusão social e digital, a interatividade dos telespectadores e uma qualidade de som e imagem nunca antes vista na TV analógica. Mas, na prática, o espaço da TV Universitária no espectro digital “ainda não está plenamente garantido, mas em negociação” (ORTIZ, 2013, p. 36). O Decreto nº 5.820 (BRASIL, 2006), que dispõe sobre a implantação do Sistema de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T), no artigo 13, assegura apenas quatro canais públicos. Um desses canais originou a TV Brasil, com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), em 2007, com o objetivo de fortalecer o sistema público de televisão.

Os outros três canais públicos serão

geridos pelo poder Executivo federal: o Canal da Educação, pelo Ministério da Educação, para o Ensino a Distância; o Canal Cultura, pelo Ministério da Cultura, voltado para produções culturais e programas regionais; e o Canal da Cidadania, pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, para programações de interesse comunitário e uso dos poderes federal, estadual e municipal. Esses canais, inicialmente, não farão transmissões em alta definição, “possibilitando, assim, a operação de vários subcanais em definição ‘standard’ digital” (ORTIZ, 2015, p. 36).

O referido decreto, no artigo 12, previa a destinação de uma faixa entre os canais 60 e 69 para as emissoras públicas. Essa faixa foi usada como argumento pelo então ministro das Comunicações, Hélio Costa, para adotar o padrão japonês de TV digital – ISDB.

Todavia, a escolha do padrão não envolveu debates acerca do potencial de inclusão social, da política de estímulo à pesquisa brasileira e à indústria nacional, bem como a respeito da necessidade de investimentos para a digitalização (SANTOS, 2009). O ministro foi acusado de não ouvir a sociedade e beneficiar exclusivamente os radiodifusores privados, com a escolha da modulação japonesa “e a manutenção do atual cenário de concentração da propriedade dos meios de comunicação de massa” (INTERVOZES, 2005, p. 2).

Prevedello (2016) identifica dois problemas centrais no processo de convergência das TVs públicas: a ausência de um modelo de financiamento e a falta de garantias legais de ocupação de espaço no espectro de sinal aberto, agravados pela manutenção de privilégios para a migração dos canais comerciais e o não atendimento aos princípios estabelecidos pelo Decreto 4.901 (BRASIL, 2003) – tais como o estímulo à diversidade cultural e a expansão da indústria brasileira ligada à comunicação.

Segundo Bolaño e Brittos (2007), falta uma política pública democrática para essa nova tecnologia, de modo a atacar os grandes problemas do mercado de TV: a concentração, a inexistência de controle social e a liberdade desenfreada da grande mídia na transmissão de seus conteúdos. Os autores também defendem mudanças na legislação, visando à democratização efetiva, de forma a combater a mercantilização da cultura e da comunicação.

Um dos mecanismos defendidos por emissoras públicas para fortalecer o campo e reduzir os custos operacionais é a instalação do Operador Único de Rede Nacional de Televisão Pública Digital, prevista no Decreto 5.820 (BRASIL, 2006). Caberia à EBC gerenciar o operador único (EBC, 2014). Mas a proposta ainda não saiu do papel e pode estar

comprometida. O futuro da EBC é hoje uma incógnita, após o corte de investimentos e a edição da Medida Provisória n.º 744/2016, que retira a autonomia da empresa, com a extinção do Conselho Curador.

Conforme André Barbosa (2017), engenheiro responsável pelo gerenciamento e pela implantação do Operador, a democratização da produção audiovisual regional esbarra também nos anacronismos da legislação. Ele cita como exemplo as TVs educativas, que estão impossibilitadas de realizar multiprogramação, pois apenas as emissoras públicas federais previstas na Constituição de 1988 não sofrem limitações do Código Brasileiro de Telecomunicações. As TVs administradas por fundações de direito privado, desde que resguardada a missão pública, também teriam acesso ao Operador, pelo Canal da Cidadania.

Barbosa (2017) avalia que os canais federais, como o Canal de Educação, poderão abrir espaço para as TVUs. Nesse caso, caberia ao MEC organizar e operacionalizar a programação. Mas ainda não há garantia de que as emissoras universitárias terão espaço entre esses canais do campo público destinados pelo SBTVD-T.

Prevedello (2015, p.12) aponta duas possibilidades de inserções das TVs públicas no SBTVD-T: a migração direta por meio de concessão em sinal aberto – viável para as TVs educativas e/ou universitárias com concessão educativa – com a outorga para canal digital; e inclusões nos canais de compartilhamento previstos no sistema.

“(...) não há nenhum indicativo de que exista, para os canais de televisões universitárias, a possibilidade de seguirem o mesmo caminho dos canais de televisão aberta, que terão a migração automática para o espectro digital, ainda acrescida a vantagem de um aumento de canais para exibição de multiprogramação. O Operador Nacional apenas viabilizaria a antena de transmissão para os canais compartilhados.”

A ABTU estuda a criação de um canal universitário nacional unificado, a partir de um modelo sustentável. A proposta foi discutida durante o XIV Fórum Brasileiro de Televisão Universitária, no qual foi apresentado o modelo do canal colombiano ZOOM, que reúne 41 IES. O canal é transmitido nacionalmente via parabólica e cabo. As afiliadas contribuem anualmente para a manutenção do canal (ZOOM, 2017).

Outra possibilidade é a parceria com a TV Brasil para dividir a programação, ocupando subfrequências. A ABTU é contra, por entender que vai de encontro

às potencialidades da TV digital, como a multiprogramação (JORNAL COMUNICAÇÃO, 2016). Apesar de não ser consensual, essa parceria tem sido adotada por TVUs públicas para estruturar a programação, conforme será apresentado no próximo tópico.

Experiências de TVUs públicas no espectro digital

Diante dos elevados custos que envolvem a migração para o sistema digital, as TVs Universitárias têm buscado alternativas que garantam a inserção nessa nova fase da TV brasileira – marcada por contradições, por incertezas e pela manutenção do “atual cenário de concentração e propriedade dos meios de comunicação de massa” (SANTOS, 2009, p. 360). São diferentes estágios de transição, de acordo com a realidade de cada TVU.

A primeira TVU pública a obter a concessão de um canal digital foi a TV Universitária da UFRN. O processo de digitalização da emissora teve início em 2011. Criada em 1972, para fins educativos, a TVU RN está no ar em sinal digital desde maio de 2015, por meio do canal 48 UHF (DTV, 2017). É afiliada da TV Brasil, retransmitindo a programação da emissora e duas horas diárias de programas próprios (TVU RN, 2017).

A tecnologia digital permite à TVU RN imagem em alta definição, além de acessibilidade com o recurso closed caption (legendas). Foram feitos vários investimentos desde 2011, entre os quais a construção da torre de transmissão e a aquisição do transmissor digital. A emissora tem investido em recursos de interatividade, em parceria com docentes da UFRN (DTV, 2015).

Outra emissora de TV Universitária pública operando em sinal digital aberto é a TV UFMA, da Universidade Federal do Maranhão. Desde 2015, a emissora está no ar, em alta definição, pelos canais 54 UHF e 54.1 Virtual. Também é transmitida pela internet, por meio do sinal da Rede Nacional de Pesquisa (RNP). É retransmissora da TV Cultura, além de contar com produções próprias, atuando como espaço de aprendizado e capacitação dos estudantes. Os programas locais

são exibidos em horários alternados, tendo em vista que a TV não possui uma grade fixa. A TV UFMA conta com infraestrutura e equipamentos modernos e com uma das maiores antenas de transmissão do estado. Foram investidos mais de 20 milhões de reais na migração e estrutura da TV, recursos do governo federal e de emendas parlamentares. A emissora está trabalhando em conjunto com professores da UFMA para desenvolver plataformas de interatividade (OESTADO, 2017).

Diversas outras TVUs públicas têm buscado uma concessão em sinal aberto, mas esbarram em dificuldades financeiras. A luta dessas emissoras públicas inclui o fortalecimento do campo público das TVs.

A TV da Universidade Federal de Goiás (UFG) é uma emissora educativa e cultural, de concessão da Fundação Rádio e Televisão Educativa e Cultural – Fundação RTVE, de apoio às atividades da UFG. Nos idos de 2010, foi assinado acordo entre a RTVE e a EBC para transmissão da TV UFG na Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP), por meio do canal UHF 14, retransmitindo a TV Brasil. A emissora aguarda financiamento do governo federal para aquisição de um transmissor e antena para iniciar a transmissão digital – em um cenário de incertezas que ronda a EBC, gestora da RNCP, e a TV Brasil (UFG, 2017).

Nessa perspectiva, a TV UFG e TVs integrantes da Rede assinaram nota em apoio à TV Brasil e à RNCP (EBC, 2017). A nota destaca que a TV Brasil é essencial para o fomento da radiodifusão pública e defende a regulamentação da Contribuição para o Fomento à Radiodifusão Pública – prevista na Lei 11.652 (BRASIL, 2008), que cria a EBC –, “para que se possa escoar os R\$ 2,7 bilhões arrecadados desde 2009 entre as TVs e as rádios do campo público” (EBC, 2017).

Localizada no centro do poder e com dez anos de existência, a emissora de TV da Universidade de Brasília – UnBTV aguarda uma definição do governo federal quanto à concessão de um canal aberto em TV digital. A emissora é afiliada da ABTU e transmite a programação pela TV a Cabo e pela internet (via RNP), com

equipamentos obsoletos e instalações inadequadas. A expectativa da TV é que a Reitoria assuma os custos dessa migração. Neuza Meller, diretora da UnBTV, defende um canal no Operador Nacional para transmissão das TVUs. Segundo ela, “falta vontade política, pois a rede de TVs Universitárias tem um imenso potencial, com fonte própria de produção diária de conteúdos de alta qualidade, além da possibilidade de desenvolver projetos inovadores e celebrar convênios, e isso contraria interesses privados” (informação verbal).

Considerações finais

As derradeiras etapas do processo de migração do sistema analógico para o digital a qual passa a televisão brasileira coincide com as profundas e recentes mudanças nos rumos da política e da economia pelo governo federal, que atingem as TVs do campo público, dentre as quais as TVs Universitárias públicas. Neste cenário marcado por incertezas e interesses econômicos, vários desafios se impõem às TVUs públicas, dentre os quais o estabelecimento de políticas públicas de comunicação que incluam a garantia de financiamento e a produção de conteúdos de qualidade para dialogar de forma efetiva com a sociedade.

No presente trabalho foi possível perceber que as emissoras públicas universitárias se encontram em diferentes estágios no processo de migração, contando com recursos próprios e tendo que lutar por mais espaço e reconhecimento de sua importância, em um contexto adverso para o setor público no País.

A inclusão digital é um dos aspectos mais importantes e desafiadores nessa transição pela qual passa as TVs públicas. Conforme destaca Márcia Duarte (2007, p.108), “com a convergência das novas tecnologias, os instrumentos de comunicação se multiplicam e devem ser vistos como essenciais para o empoderamento das comunidades excluídas”. Implica perguntar se esse recurso será finalmente utilizado para promover a inclusão digital, social e política ou se será voltado para estimular o consumo. Afinal, trata-se de tecnologia nova para preservar antigas práticas? (PERDIGÃO, 2010).

REFERÊNCIAS

BARBOSA, André. O que é o Operador de Rede Pública de TV Digital? Site GingaDF. Disponível em: <<http://www.gingadf.com.br/blogGinga/814/>>. Acesso em 25 abr. 2017.

BOLAÑO, CÉSAR RICARDO SIQUEIRA BOLAÑO. A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. Paulus, 2007.

BRASIL. Lei n.º 8.977, de 6 de janeiro de 1995. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8977.htm>. Acesso em: 25 abr. 2017.

_____. Decreto n.º 4.901, de 26 de novembro de 2003. Institui o SBTVD. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/d4901.htm>. Acesso em: 25 abr. 2017.

_____. Decreto n.º 5.820, de 29 de junho de 2006. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm>. Acesso em: 25 abr. 2017.

_____. Lei n.º 11.652, de 7 de abr. de 2008, que constitui a Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm>. Acesso em: 25 abr. 2017.

COELHO, Selma B.; CARVALHO, Juliano M. O conceito da televisão pública para a Rede Nacional de Televisão Pública Digital. Temática, v. 8, n. 2, 2012. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/23838>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

DUARTE, Márcia Yukiko Matshuuchi. Comunicação e cidadania. In: DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação política: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007. cap. 7, p. 95-115.

DTV. TV Universitária (RN) inaugura canal digital nesta sexta-feira, 15. Disponível em: <<http://www.dtv.org.br/index.php/ultimas-noticias/item/183-tv-universitaria-rn-inaugura-canal-digital-nesta-sexta-feira-15>>. Acesso em 25 abr. 2017.

EBC. Emissoras públicas defendem operador único para digitalização dos canais. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2014-11/emissoras-publicas-defendem-operador-unico-para-digitalizacao-dos-canais>>. (2014). Acesso em: 25 abr. 2017.

_____. Emissoras públicas declaram apoio à continuidade da TV Brasil. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-08/rede-nacional-de-comunicacao-publica-declara-apoio-continuidade-da-tv-brasil>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

FÓRUM NACIONAL DE TV'S PÚBLICAS, I.; Diagnóstico do Campo Público de Televisão. Brasília, 2006, Brasília. Caderno de Debates. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

INTERVOZES. Chance histórica para democratizar a mídia. TV DIGITAL, Informativo Intervozes, p. 4, 2005.

_____. Concessões de rádio e TV. Onde a Democracia não

chegou. 2007. Disponível em <<http://www.intervozes.org.br/arquivos/interrev001crtodnc>>. Acesso em 25 abr. 2017.

JORNAL COMUNICAÇÃO. Série TV Digital – Tecnologia digital ainda não chega às TVs Universitárias. Disponível em: <<http://www.jornalcomunicacao.ufpr.br/jornal/?p=8344>>. Acesso em 25 abr. 2017.

O ESTADO. TV UFMA é inaugurada com transmissão ao vivo. Disponível em: <<http://www.blogsoestado.com/daniel-matos/2015/10/08/tv-ufma-e-inaugurada-com-transmissao-ao-vivo/>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

ORTIZ, Pedro Henrique Falco. Perspectivas e desafios na consolidação do campo público de televisão no Brasil. REVIS-TA ABTU, p. 32, 2013. Disponível em: <<http://www.abtu.org.br/site/wp-content/uploads/2013/07/Revista-ABTU-00.pdf#page=32>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

PERDIGÃO, Alberto. Comunicação pública e TV digital: interatividade ou imperatividade na TV pública. Fortaleza: EdUECE, 2010.

PREVEDELLO, Carine Felkl. Televisão universitária público-estatal no Brasil: origem e o contexto da convergência digital. In: 10º Encontro Nacional de História da Mídia, 2015, Porto Alegre. 10º Encontro Nacional de História da Mídia, 2015. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10o-encontro-2015/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/televisao-universitaria-publico-estatal-no-brasil-origem-e-o-contexto-da-convergencia-digital/at_download/file>. Acesso em 25 abr. 2017.

_____. SBTVD e Operador Nacional: perspectivas e entraves para a convergência digital nos canais públicos de TV. REVIS-TA ABTU, p. 35-39, 2016. Disponível em: <<http://www.abtu.org.br/WebSite/wp-content/uploads/2016/09/Revista-ABTU-vers%C3%A3o-final.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

PRIOLLI, Gabriel; PEIXOTO, Fabiana. A televisão universitária no Brasil: os meios de comunicação nas instituições Universitárias da América Latina e Caribe. [S.l.]: UNESCO, 2004: IESALC, 2004. (IES/2004/ED/PI/18).

RAMALHO, Alzimar Rodrigues. O perfil da TV universitária e uma proposta de programação interativa. 2010. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-20082010-233513/en.php>>. Acesso em 25 abr. 2017.

SANTOS, Adriana Cristina Omena dos. A implantação da TV digital no Brasil: pseudoinclusão, ausência de interatividade e pouca aceitação pela sociedade. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Orgs.). Televisão digital: desafios para a comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009.

TV UFG. Apresentação. Disponível em: <<http://www.tvufg.org.br/apresentacao/>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

TV UFRN. Apresentação. Disponível em: <<http://www.tvu.ufrn.br/navegacao/tvu>>. Acesso em 25 abr. 2017.

ZOOM. Acerca del Canal. Disponível em: <<http://www.zoomcanal.com.co/>>. Acesso em 25 abr. 2017.

UnBTV e Mecanismos de Participação: a experiência do programa de ouvidoria e outras possibilidades

Fernando Oliveira Paulino ¹

Neuza Meller ²

Jairo Faria Guedes Coelho ³

Universidade de Brasília - UnB

Resumo:

O objetivo deste artigo é fazer uma reflexão acerca da adoção de mecanismos de participação no canal universitário do Distrito Federal, UnBTV. Para isso, o texto relata e analisa a experiência de produção de um programa de ouvidoria no conteúdo da emissora e em outros veículos de comunicação na América Latina e na Europa. Além disso, propõe a discussão sobre a utilização de outras ferramentas que estimulem a participação em canais públicos de comunicação como meio de experimentação. Conclui-se que, na UnBTV, a construção desse tipo de espaços se dá de forma voluntária e não sistemática e que a adoção de políticas de participação no canal universitário poderia estimular outras iniciativas desse tipo.

Palavras-chave: ouvidoria; participação; TV Universitária; UnBTV.

Abstract: The purpose of this paper is to reflect on the adoption of participation mechanisms in the Brazil's Federal District university channel, UnBTV. For this, the text reports the experience of producing an ombudsman program on its content and on other media vehicles in Europe and Latin America. In addition, it proposes the discussion on the use of other tools that encourage participation in alternative media as an experimentation process. It concludes that, at UnBTV, the construction of such spaces is voluntary and non-systematic and that the adoption of participation policies at the university channel could stimulate other initiatives of this type.

Keywords: ombudsman; participation; University TV; UnBTV.

De acordo com Juan Díaz Bordenave, o termo participação vem da expressão “fazer parte”. A abordagem do autor é que uma participação é sempre ativa e nunca passiva (BORDENAVE, 1995). Essa definição nos faz refletir sobre o fato de que a participação dos cidadãos nos veículos de comunicação deve ser incentivada por mecanismos que permitam uma mudança a partir de atividades realizadas por atores nos processos de decisão. Em geral, meios considerados alternativos sem fins lucrativos, tais como rádios e tevês comunitárias e universitárias, são mais abertos a esse tipo de participação do que aqueles em que o objetivo principal é obter lucro. Por isso, neste artigo refletiremos sobre a importância do desenvolvimento de mecanismos que promovam o fortalecimento da participação em canais alternativos por meio de ações que favoreçam a criação de mais meios dessa natureza.

Uma maneira de estimular a participação nos meios de comunicação é a utilização de MARS, Mecanismos para Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia (BERTRAND, 2002), entre eles o ombudsman de mídia. A palavra ombudsman, que significa “representante do povo”, surgiu em 1809, quando órgãos

do governo da Suécia adotaram o cargo como forma de “fiscalizar as aplicações das leis por parte dos funcionários públicos” (BARRAVIERA, 2009: p. 3). A partir de então, instituições estatais, públicas e privadas de todo o mundo passaram a adotar a função como forma de regular suas atividades. Com a disseminação dessa função, culturas distintas puseram em prática diferentes conceitos, que podem ser visualizados a partir da tradução que cada país adota ao denominar o ombudsman. Na França, por exemplo, utiliza-se o termo *médiateur* (em português, *mediador*); já os portugueses traduzem como *provedor*; nos países de língua espanhola, a palavra *defensor* define o conceito; no Brasil, traduz-se ombudsman por ouvidor.

Poucas são as iniciativas brasileiras voltadas para a implementação da figura do ouvidor em veículos de comunicação. Segundo Jairo Faria Mendes (2002), experiências desse tipo são ainda mais importantes em contextos de alta concentração da informação e o cargo de ombudsman se torna um objeto atraente e atípico, já que, para o autor, a incorporação de ombudsman dentro das redações é “a crítica da mídia na própria mídia” (p. 14). Conectado a esse raciocínio, Fernando Oli-

veira Paulino (2008) afirma que a adoção de ombudsmen nos veículos de comunicação pode contribuir com a implantação de um senso de responsabilidade social e ética do jornalismo (p. 109).

No início de 2010, foi ao ar pela primeira vez o programa *Agentevê*, programa de ouvidoria da UnBTV, canal universitário do Distrito Federal. A primeira edição foi produto de um trabalho de conclusão em Jornalismo pela Universidade de Brasília (COELHO, 2009). O projeto, intitulado *Agentevê*: uma proposta de programa de ouvidoria para a UnBTV, além de criar um vídeo piloto para o programa de ouvidoria do canal, sugere a criação de uma estrutura de ouvidoria para a emissora, composta por um conselho de telespectadores e um ouvidor (COELHO, 2009).

A iniciativa gerou o primeiro programa televisivo de ouvidoria de mídia brasileiro, já que até o momento não havia registro desse tipo de conteúdo específico na televisão no País ⁴. O *Agentevê* foi inspirado em experiências desenvolvidas em emissoras de Portugal, Espanha e Colômbia. Antes de o *Agentevê* ser levado ao ar, foram analisados oito programas: um português, um espanhol e seis colombianos. Na Espanha e Portugal, houve

¹ Bacharel, mestre e doutor em Comunicação pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, da qual é diretor, professor e pesquisador. Diretor de Relações Internacionais da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação. paulino@unb.br.

² Jornalista graduada pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e servidora da Universidade de Brasília, onde atua como Diretora da UnBTV. neuza@gmail.com.

³ Bacharel, mestre e doutorando em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade de Brasília. Investigador visitante do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, da Universidade do Minho, em Portugal, onde realiza pesquisa sobre as ouvidorias do serviço público de comunicação do Brasil e de Portugal. jairofaria@gmail.com.

⁴ O programa televisivo da Ouvidoria da EBC, *O Público na TV*, foi ao ar na TV Brasil de setembro de 2011 a dezembro de 2013.

análise dos programas de ouvidoria das televisões públicas: Voz do Cidadão, da portuguesa RTP; e RTVE Responde, da espanhola TVE. Na Colômbia, observa-se uma situação especial, já que neste país a reserva de espaço televisivo destinado a programas de ouvidoria é estabelecida por lei (COELHO, 2013) e conta com experiências nacionais e regionais.

No total, foram produzidas três edições do Agentevê. Cada edição teve duração aproximada de cinco a dez minutos e o formato foi escolhido com base no padrão da UnBTV, que possui programas de curta duração. A primeira edição⁵ tratou do tema UnBTV e a Comunidade e a partir dele foram entrevistadas pessoas da comunidade acadêmica de três dos quatro campi da UnB. A segunda⁶ trouxe o debate sobre a estruturação de uma ouvidoria na UnBTV como forma de permitir uma maior participação de universitários e dos telespectadores no canal. Para isso, optou-se por entrevistar um especialista no estúdio da UnBTV e escolher telespectadores específicos da emissora – possíveis integrantes do Conselho de Telespectadores da UnBTV – para apresentarem sua opinião sobre o assunto. O terceiro programa abordou a questão da UnBTV em canal aberto, a partir de sugestões de professores, técnicos ou estudantes enviadas para o endereço eletrônico do programa.

Além da mediação via ombudsmen, existem também relatos de adoção de outros instrumentos de participação. Um exemplo é a implantação de Conselhos com a participação do público, tais como o Conselho de Leitores do jornal laboratório Campus, da Universidade de Brasília. O jornal possui uma coluna de ombudsman desde 1998 e no segundo semestre de 2009 contou com a atuação de um conselho formado por representantes de vários setores da Universidade. Esse conselho se reunia após a impressão de cada uma das cinco edições realizadas durante o semestre letivo para debater o conteúdo de cada uma delas. As críticas e sugestões do conselho foram passadas aos estudantes que trabalhavam na produção do impresso. No caso da UnBTV, a implantação de um Conselho de Telespectadores da UnBTV se apresenta como uma ferramenta que permitiria, ao lado da Ouvidoria, um contato mais próximo da comunidade com o canal, uma vez que a presença de atores locais em debates sobre a programação da tevê se apresenta como uma importante ferramenta de participação.

É importante ressaltar, neste processo, as características da Universidade de Brasília e as políticas que a instituição tem adotado. A UnB possui quatro campi: Darcy Ribeiro (no Plano Piloto), Faculda-

de UnB Planaltina (FUP), Faculdade UnB Ceilândia (FCE) e Faculdade UnB Gama (FGA). Os últimos três foram criados a partir do documento intitulado Programa de Expansão da Universidade de Brasília, aprovado, em 2005, pelo Conselho Universitário (CONSUNI) da UnB. Nesse contexto, é importante que as ferramentas criadas para a participação dos cidadãos na UnBTV pensem também em formas de envolver a comunidade universitária como um todo. Para isso, é necessário levar em conta experiências como a relatada por Pedro Ortiz, ex-diretor da TV USP, emissora do Canal Universitário de São Paulo, de criação de uma Rede USP de TV. A ideia é estreitar relações entre a emissora, fundada em 1997, e os campi da Universidade de São Paulo localizados em cinco cidades do interior do Estado. (ORTIZ, 2004).

O CPCE e a UnBTV

O Centro de Produção Cultural e Educativa (CPCE) foi criado em 1986 com o objetivo de promover a educação e a cultura através de multimeios. Desta forma, buscava-se um centro de referência para a produção audiovisual no Centro-Oeste. O CPCE responde à expectativa depositada em torno da sua criação, desenvolvendo inúmeras coproduções, apoiando iniciativas diversas no campo do ensino, da pesquisa e da extensão universitária, assim como, da educação, da arte e da cultura. O Centro está diretamente ligado à estrutura da Reitoria da Universidade de Brasília, produzindo vídeos e programas de TV, desenvolvendo e executando projetos e pesquisas na área do audiovisual.

Paralelamente, o CPCE funciona como um grande laboratório para alunos e professores das mais diversas áreas de conhecimento da UnB, desde aquelas ligadas diretamente com a produção audiovisual até as mais distantes, mas que porventura apresentem alguma demanda no campo do audiovisual, notadamente vídeo, TV e cinema. Como realizações importantes do CPCE na área de TV, podem-se citar a co-produção da série Estação Ciência, programa semanal de divulgação científica veiculado nacionalmente pela extinta TV Manchete e pela Rede Brasil, liderada pela TVE-RJ, e o programa Paidéia, veiculado por redes de TVs educativas (Rede Brasil, Radiobrás e TV Cultura/SP). Entre 1992 e 1993, produziu-se o programa TV UnB, veiculado, semanalmente, em Brasília, pela TV Nacional/Radiobrás. O CPCE realizou, ainda, os programas Documentário UnB (1997/1998) e Humanidades (1999/2000) veiculados pela TV Brasília e a série Matemática (2002) para a TV Escola.

No âmbito do Legislativo, houve uma

primeira experiência com o Senado Federal, entre 1992 e 1993, quando o CPCE foi contratado para documentar os seus trabalhos legislativos, uma atividade embrionária do que viria a ser a futura TV Senado. Em 1998, o CPCE foi convidado para implementar o canal a cabo TV Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF) e assumir a responsabilidade pela sua operação e produção. Com a saída do CPCE, as atividades da TV da CLDF foram encerradas na sequência. Entre 2004 e 2006, o CPCE retornou à Câmara Legislativa para desenvolver novo projeto, a implementação da TV Distrital e atua como produtora responsável pela produção, operação, transmissão e desenvolvimento do canal, que era transmitido via cabo, pelo canal 9 da operadora NET Brasília. O canal de TV foi novamente desativado quatro anos após o encerramento do contrato entre o CPCE/UnB a CLDF.

Já em relação ao cinema, o CPCE coproduziu parte significativa dos filmes realizados nos 20 primeiros anos de existência do Centro em Brasília. São dezenas de curtas, médias e longas-metragens em formato digital e nas bitolas 16 e 35 milímetros. O CPCE tem também uma parceria permanente com a Fundação Cultural do Distrito Federal e com o Polo de Cinema e Vídeo Grande Otelo. Da extensa lista de filmes coproduzidos pelo Centro de Produção Cultural e Educativa, destacamos os longas-metragens: Conterrâneos Velhos de Guerra, de Vladimir Carvalho; A Terceira Margem do Rio, de Nelson Pereira dos Santos; Círculo de Fogo, de Geraldo Moraes e O Cego que Gritava Luz, de João Batista de Andrade.

O projeto original de criação da Universidade de Brasília, cuja inauguração data de 21 de abril de 1962, prescrevia a implementação de uma Rádio e uma TV Universitária. O antropólogo Darcy Ribeiro, idealizador, fundador e primeiro reitor da UnB, sonhava com uma instituição voltada para as transformações sociais. Apesar de o projeto original de Brasília, de Oscar Niemeyer e Lucio Costa, já previsse um espaço para a UnB – entre a Asa Norte e o Lago Paranoá -, a luta pela construção foi intensa. Tudo por causa da proximidade com o Palácio do Planalto, o Congresso Nacional e a própria Esplanada. Algumas autoridades não queriam que estudantes estivessem presentes e pudessem interferir na vida política da cidade.

Essa foi uma das principais razões pelas quais a TV Universitária tardou a sair do papel. Durante o período da ditadura militar brasileira (1964-1985), o receio era de que, com a concessão do canal, se facilitasse o poder de formação de opinião que a UnB exercia na sociedade. E assim, durante trinta anos, a Universida-

5 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=scktbYF-nu4>. Acesso em: 29/05/2017.

6 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RGK0jiwRBFE>. Acesso em: 29/07/2017.

de de Brasília sofreu por estar perto do “Poder Constituído”. Depois da ditadura militar, por questões políticas internas ou por falta de interesse de muitos, a questão da televisão acabou sendo deixada em segundo plano.

Só em 2004 a ideia de a Universidade de Brasília contar com um canal de televisão voltou à pauta de discussão quando a Câmara Legislativa do Distrito Federal firmou convênio com o Centro de Produção Cultural e Educativa (CPCE) da UnB para a implantação da TV Distrital. O convênio durou dois anos e nesse período foi-se amadurecendo a possibilidade de fundação da UnBTV. Finalmente, depois de 44 anos, o dia 21 de novembro de 2006 entra para a história da UnB, com o lançamento da UnBTV, TV Universitária de Brasília, uma emissora sem fins lucrativos, de caráter cultural, educativo e comunitário.

A Fundação Universidade de Brasília (FUB/UnB) é a única mantenedora do canal de TV e já investiu um montante significativo na formação tecnológica e profissional do canal. A UnBTV busca ser autossustentável por meio de parcerias, acordos, convênios e contratos. A intenção é que a TV Universitária conte com a participação de outras Instituições de Ensino Superior do DF.

Antes da fundação da UnBTV, todas as IES do Distrito Federal que possuem curso de Comunicação foram convidadas a participar do canal. Essa participação se daria com uma contrapartida financeira por instituição. Nenhuma delas, porém, deu sequência ao convite, ficando a UnB como única gestora do Canal Universitário. As IES que vierem a participar, no futuro, deverão pagar uma contribuição e terão condições de pleitear e compartilhar a grade de programação. A locação física, organizacional, operacional e executiva fica a cargo do CPCE, onde a UnBTV está aportada.

Hoje, a TV Universitária funciona também como uma “escola de televisão”. A intenção é que isso cresça e se torne um ambiente acadêmico com oferecimento de estágio em diferentes áreas – Comunicação Social, História, Engenharia, entre outras – e venha a contribuir para a formação de quadros técnicos qualificados.

A UnBTV está hospedada no canal 15 da operadora a cabo NET Brasília. Já o canal aberto e digital ainda é um sonho que

depende da apreciação do projeto que foi encaminhado pela Universidade de Brasília ao Ministério das Comunicações. A programação passa simultaneamente na internet no endereço: www.unbtv.unb.br. Está presente também nas principais redes sociais e no www.youtube.com/unbtv. A grade da UnBTV conta com programas que abordam diversos temas que fazem parte do ambiente universitário: educação, direito, saúde, esportes, literatura, música, cinema, etc. Todo esse conteúdo é distribuído em diferentes formatos: entrevistas, debates, informativos, agenda cultural e educacional, entre outros temas.

Nesses anos de atuação, quase trinta programas de formatos diferentes já fizeram parte da programação. Essa quantidade se dá ao fato de a UnBTV ser um canal onde há possibilidade de se experimentar novos formatos de programas. Essas experimentações podem ser propostas pela comunidade acadêmica, alunos/estagiários e por colaboradores do canal. A UnBTV possui, hoje, uma equipe média de 70 integrantes, entre estagiários de graduação e servidores da UnB, dividida entre diferentes setores: redação, produção, edição, programação, técnica, arquivo e secretaria.

A política vigente para o Serviço Público Brasileiro tem dificultado a contratação de mão de obra. O concurso é oficialmente, a única forma de fazer parte dos quadros efetivos das Universidades Públicas. No entanto, duas situações dificultam essas contratações: 1) a ausência de realização periódica de concursos; e 2) os baixos salários, que acabam não mantendo os profissionais qualificados.

Apesar de ser um espaço de muita criação e produção, a UnBTV não consegue manter uma programação inédita diária que dê para cobrir as 24 horas necessárias de veiculação do canal. A complementação dessa programação se dá, além de diversas parcerias, através da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) e a Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária (RITU), onde as televisões associadas compartilham programação.

Essa rede de compartilhamento está em plena expansão e se tornando uma opção, principalmente, para os canais universitários, para complementação de suas grades de programação. A exemplo

disso, a criação do canal TUB pela ABTU, pelo Programa de Televisión Educativa y Cultural Ibero-americana (TEIb) e pela Asociación de Televisión Educativas y Culturales Iberoamericanas (ATEI). A parceria foi firmada durante a realização do XIV Fórum Brasileiro de Televisão Universitária e do III Encontro de Televisões Universitárias Ibero-Americanas, que aconteceu, em outubro de 2015, na cidade de Fortaleza, no Ceará.

O Canal TUB (<http://www.ibe.tv/es/canal/tub>) é o primeiro canal internacional totalmente dedicado à televisão universitária brasileira e reúne condições de colaborar para que os canais Universitários associados à ABTU possam divulgar para vários países o que é realizado nas IES. Criar um canal de vídeo sob demanda está em sintonia com as mudanças tecnológicas atuais e facilita o acesso do público universitário que será motivado a participar mais das produções audiovisuais das suas universidades⁷.

Conclusão

Este trabalho indica mecanismos e alternativas para promover uma maior participação nos meios de comunicação. Para isso, relata e analisa experiências ligadas à participação em veículos alternativos de comunicação, tomando como objeto as ferramentas de ouvidoria criadas pela UnBTV, canal universitário do Distrito Federal, para estimular que telespectadores e membros da comunidade da Universidade de Brasília possam participar na construção e desenvolvimento da emissora. Além disso, percebe-se uma relação importante entre o serviço de ombudsman e as possibilidades de mais vozes e, conseqüentemente, a democratização da mídia. Portanto, ambos os conceitos são essenciais para promover a participação do público e o monitoramento do conteúdo veiculado.

Um dos maiores desafios do ombudsman de mídia é criar e utilizar mecanismos que garantam um livre fluxo de comunicação entre os cidadãos e as empresas de comunicação e, desta forma, incentivar a perpetuação de uma mídia mais democrática e transparente. Dessa maneira, é essencial estimular e criar mecanismos para assegurar que todos os meios de comunicação, alternativos e tradicionais, incentivem a participação ativa do público na construção dos conteúdos.

REFERÊNCIAS:

ADORYAN, A. TV USP: das origens à consolidação de um projeto. Revista USP, São Paulo, v. 61, 2004.

BARRAVIERA, E. A Ouvidoria como mecanismo de Responsabilidade Social Empresarial. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão de Qualidade e Produtividade) – Universidade Nove de Julho, São Paulo. Disponível em: <http://www.abonacional.org.br/MONOGRAFIA_ECLARICE_final.pdf>. Acesso em: 20 out. 2009.

BERTRAND, C.J. O arsenal da democracia: Sistemas de Responsabilização da Mídia. Bauru: EDUSC, 2002.

_____. La Déontologie des médias. Paris: Presses Universitaires de France, Que Sais-Je, 1997.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. O que é participação. 6ª ed. Ed. Brasiliense: São Paulo, 1995.

BRASIL. Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei no 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11652.htm>

COLOMBIA. Ley 335, de 1996. Por la cual se modifica parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995, se crea la televisión privada en Colombia y se dictan otras disposiciones. Disponível em: <http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1996/ley_0335_1996.html>. Acesso em: 22 nov. 2009.

CANCLINI, N.G. (2001) Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. ed. UFRJ: Rio de Janeiro

CEPIK, Marco. Direito à informação: situação legal e desafios. In: Revista de Informática Pública, Belo Horizonte, v.2, n.2, dez 2000. Disponível em: <www.ip.pbh.gov.br/revista0202/ip-0202cepi.pdf>. Acesso em 19 de abril de 2010.

COELHO, J.F.G. Agentevê: uma proposta de programa de ouvidoria para a UnBTV. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) – Universidade de Brasília, Distrito Federal. 2009.

_____. Ouvidoria na tevê: a experiência dos canais privados colombianos. Dissertação de Mestrado – Universidade de Brasília, Distrito Federal. 2013.

CHRISTOFOLETTI, R. Dez impasses para uma efetiva crítica de mídia no Brasil. Artigo apresentado no XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - BH/MG. Intercom: 2003. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/4395/1/NP2CHRISTOFOLETTI.pdf>>

DAMAS, Susana Herrera; CHRISTOFOLETTI, Rogério. Mídia e democracia: um perfil dos observatórios dos meios na América Latina. In: UNLrevista - Vol. 1, nº 3, julho, 2006. Disponível em:

<http://www.alaic.net/ponencias/UNLrev_ChristofolettiHerrera.pdf>. Acesso em: 19 de abril de 2010.

IASBECK, L. Ouvidoria, Lugar Privilegiado de Comunicação Organizacional. Intercom, 2007. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/ouvidoria/doc/ouvidoria_lugar_de_comunicacao.pdf>. Acesso em: 20 out. 2009.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. (2003) Os Elementos do Jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. Geração Editorial: São Paulo

MELO, Livia Veleda de Sousa e. Democratização do acesso à educação superior pública no Distrito Federal. Universidade de Brasília : Faculdade UnB Planaltina. 2009. 179 f. ; Dissertação (mestrado) - Universidade de Brasília, Faculdade de Educação, 2009.

MENDEL, Toby. Liberdade de informação: um estudo de direito comparado. 2. ed. Brasília: UNESCO, 2009

MENDES, Jairo F. O ombudsman e o leitor. Belo Horizonte: O Lutador, 2002.

ORTIZ, Pedro. TV USP – perspectivas e desafios futuros de uma TV universitária. Revista USP, São Paulo, v. 61, 2004.

PAULINO, Fernando; MENDES, Juliana; PEDROSA, Leyberson. Comunicação Comunitária para a saúde e transformação social. Trabalho apresentado no XVI Encontro Nacional de Estudos Populacionais, realizado em Caxambu-MG – Brasil, de 29 de setembro a 03 de outubro de 2008. Disponível em: <http://www.projetoarq.com.br/arq_artigo/textos/ABEP2008_1476.pdf>. Acesso em 23/08/09.

PAULINO, F. Responsabilidade Social da Mídia: Análise conceitual e perspectivas de aplicação no Brasil, Portugal e Espanha. 2008. Dissertação (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/coordenada_10_fernando_paulino.pdf>. Acesso em: 20 out. 2009.

ROCHA, Marisa Perrone Campos. A questão cidadania na sociedade da informação. Ci. Inf. [online]. 2000, vol.29, n.1, pp. 40-45. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n1/v29n1a4.pdf>>. Acesso em: 19 de abril de 2010;

Site da Fundación Pro Acceso. Disponível em: <http://www.proacceso.cl/noticia/chile_promulga_ley_sobre_transparencia_y_acceso_la_informacion>. Acesso em: 03 de out 2008.

RORIZ DA SILVA, Adriane Maria et al. Classificação indicativa: informação e liberdade de escolha. Brasília: Ministério da Justiça, 2009.

SCHLITHLER, Célia. Redes intersetoriais de desenvolvimento comunitário. Disponível em <<http://www.idis.org.br/biblioteca/artigos/redes-intersectoriais-e-desenvolvimento-comunitario.pdf/download>>. Acesso em 20/09/09.

SYMONEDES, Janusz and Vladimir Volodin (eds.). A Guide to Human Rights. Institutions, Standards, Procedures. Paris: UNESCO, 2001.

A formação do profissional de televisão: educomunicação e construtivismo na tv universitária¹

Fernando Moreira ²

Universidade do Vale do Paraíba - Univap

Resumo: A formação do profissional de televisão deve ser objeto de uma grande carga de conteúdo prático, com o desenvolvimento de atividades que colaborem com o trabalho em equipe e colaborativo e as TV's Universitárias têm um papel essencial nessa tarefa de formar os futuros profissionais. Dessa forma, é essencial que as TV's Universitárias tenham um projeto pedagógico inserido dentro de seus objetivos. Duas linhas de pesquisa que tratam da utilização das Tecnologias de Comunicação no contexto educacional podem ser adequadas aos processos de produção de conteúdo e de gestão das TV's Universitárias, Educomunicação e Educomídia, bem como duas Teorias de Aprendizagem, a Construtivista e a Sócio Interacionista, colaboram no dia a dia de trabalho com os alunos e equipe profissional. Essas duas importantes teorias de aprendizagem que, na maior parte das vezes, são aplicadas apenas em função do desenvolvimento infantil e, muitas vezes, até mesmo por esse motivo, desprezadas na educação superior, bem como a Educomunicação e a Educomídia, tornaram-se os grandes diferenciais da TV Univap, a TV Universitária mantida pela Universidade do Vale do Paraíba, no Brasil, na qual a necessidade da participação do estudante é parte do projeto pedagógico.

Palavras Chave: TV Universitária. Ensino de Comunicação. TV Educativa. Educomunicação. Construtivismo.

Abstract: The training of the television professional should be the object of a great deal of practical content, with the development of activities that collaborate with the teamwork and collaborative and the University TV has an essential role in this task of training future professionals. In this way, it is essential that University TVs have a pedagogical project inserted within their objectives. Two lines of research that deal with the use of Communication Technologies in the educational context may be appropriate to the processes of content production and management of University TV, Educommunication and Educomedia, as well as two Learning Theories, the Constructivist and the Interactionist Partner, collaborate In day-to-day work with students and professional staff. These two important theories of learning, which are often applied only in relation to child development, and often even for this reason, ignored in higher education, as well as Educommunication and Educomedia have become the Great differentials of TV Univap, the University TV maintained by the University of Vale do Paraíba, Brazil, in which the need for student participation is part of the pedagogical project.

Keywords: University TV. Communication Teaching. Educational TV. Educommunication. Constructivism.

Até há alguns anos, televisão era tanto a definição da tecnologia como do equipamento no qual os programas eram assistidos. Hoje, no entanto, nenhuma das duas definições é exata, pois, a televisão não é mais transmitida apenas por ondas hertzianas e podemos assistir a programas em um universo de telas, desde um pequeno dispositivo até enormes telas de LED, isso sem entrar no tema do conteúdo e programação. Atentas às novas necessidades profissionais, as Faculdades de Comunicação têm procurado atualizar suas ofertas com novas denominações de cursos, tais como audiovisual e multimídia, além de atualizar seus currículos dando ênfase à internet.

Dentro da prática dessa nova televisão, mais do que nunca, existe uma necessidade premente de incorporar novas metodologias e formas de ensino no currículo das próprias universidades.

Breve referencial teórico sobre a inter-relação da Televisão e Educação

Formar um profissional de Comunicação dentro de princípios éticos e morais é parte de todos os projetos pedagógicos, isso não é nenhuma novidade, mas pensar em

uma formação cidadã participativa dentro da TV Universitária requer alguns diferenciais e, a fim de colaborar nessa inserção das TV's Universitárias no projeto pedagógico das instituições, faz-se necessário um breve estudo sobre algumas teorias sobre a inter-relação Televisão Educação, teorias estas que surgiram a partir da introdução de meios eletrônicos como auxiliares do ensino. Com isso já se vão, mais ou menos, quarenta anos, nos quais educadores e especialistas em Comunicação envidaram suas discussões e pesquisas no sentido de encontrar as melhores práticas para promover essa parceria.

As mais variadas tendências povoam esse território de encontros e tentativas de aproximar as duas áreas de estudo, Educação e Comunicação, com o objetivo de possibilitar um maior entrosamento entre os sujeitos que, ao final, percebe-se ser o mesmo: o sujeito da Educação é o sujeito da Comunicação.

Duas correntes abordam o binômio Educação+Comunicação no Brasil. Concebidas na década de 1990 do século XX, são duas linhas de pesquisa que tratam da utilização das Tecnologias de Comunicação no contexto educacional:

1. A Educomunicação, a fim de designar processos nos quais a Educação e a Comunicação interagem, contudo, com diferenças bem definidas: uma, a Educomunicação, mais preocupada com um novo perfil do profissional de Educação, na verdade de um novo profissional de Educação com habilidades no uso e gerenciamento de processos e sistemas comunicacionais na área de formação.

2. A Educomídia, mais dirigida para a aprendizagem do uso e do estudo das mídias ou tecnologias utilizadas na formação a distância e no teletrabalho, formas de trabalho a distância, intermediada por Tecnologias da Comunicação e Informação.

Tanto a Educomunicação como a Educomídia expressam claramente a necessidade de um novo profissional de Comunicação e de um novo profissional de Educação, cada vez mais obrigado a adquirir habilidades para conseguir conectar-se com um público que tem à disposição uma enorme quantidade de apelos tecnológicos, inclusive multimidiáticos, e que não consegue mais concentrar-se em informações que utilizem apenas as formas oral e escrita.

Uma das primeiras vezes em que o ter-

1 Título original em Espanhol: *La formación del Profesional de la televisión: educomunicación y constructivismo en la televisión universitaria*, publicado no livro *TV Morfosis 5. La creatividad en la era digital*, com coordenação de Guillermo Orozco Gómez, publicado no México pela Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll, 2016. ISBN 978-607-8346-26-4

2 Doutor em Comunicação Social, Pedagogo, Publicitário, Jornalista e Profissional de Televisão. Diretor da TV Univap, Presidente da ABTU (2014-2018). Membro do Labcom Univap, da Sociedade Brasileira de Televisão Universitária, Broadcast Education Association e National Association of Television Program Executives.

mo Educomunicação apareceu publicado, foi no artigo Educomunicação: desafio latino-americano, do Jornal Brasileiro de Ciências da Comunicação da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação, em 20 de abril de 2000, quando, antecipando algumas de suas reflexões e propostas, Soares (2000), publica artigo sob o título La Educomunicación como desafío para nuestras organizaciones, no último número da revista ARAN-DO, editado em Quito, Equador, pela Organização Católica Latino-Americana de Comunicação, pool formado pelas seguintes entidades: OCIC-AL (Organización Católica Internacional del Cine y Audiovisual – América Latina), UCLAP (Unión Católica Latinoamericana de Prensa) e UNDA-AL (Asociación Católica Latinoamericana para la Radio, la Televisión y los Médios Afines).

Nesse artigo, o conceito de Educomunicação, segundo SOARES (apud BACCEGA, 2002) era entendido como:

“... o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais, tais como escolas, centros culturais, emissoras de TV e rádios educativos, centros produtores de materiais educativos analógicos e digitais, centros coordenadores de Educação a distância, ou “e-learning”, e outros...”

Soares (2003), acrescenta que como área de atividade profissional, assim a Educomunicação reúne especialistas voltados para o estudo das mediações entre Educação, Comunicação e Cultura, e tem como objetivo ampliar o coeficiente comunicativo das ações humanas e está presente na mídia, na escola, em centros culturais e ONGs.

O termo Educomunicação foi definido como parâmetro ou referência paradigmática durante o Fórum Mídia e Educação, promovido em São Paulo, em 1999, pelo Ministério da Educação, em uma ação conjunta com organismos da sociedade civil, que deixou registrado em documento final: “reconhecemos a inter-relação entre Comunicação e Educação como um novo campo de intervenção social e de atualização profissional, considerando que a informação é um fator fundamental para a Educação.” (BACCEGA, 2002)

Em suma, a Educomunicação pode ser definida como toda ação comunicativa no espaço educativo, realizada com o objetivo de produzir e desenvolver ecossistemas comunicativos.

Já o educador seria:

“... o profissional que, atuando numa das áreas do novo campo, demonstra capacidade para elaborar

diagnósticos no campo da inter-relação Educação/Comunicação; coordenar ações e gestões de processos, traduzidos em políticas públicas; assessorar os educadores no adequado uso dos recursos da Comunicação ou promover, ele próprio, quando lhe cabe a tarefa, o emprego cada vez mais intenso das tecnologias, como instrumentos de expressão dos cidadãos envolvidos no processo educativo; implementar programas de “educação pelos e para os meios” e refletir sobre o novo campo, sistematizando informações que permitam um maior esclarecimento sobre as demandas da sociedade em tudo o que diga respeito à inter-relação Comunicação/Educação. (Soares, 2000).”

Ou, como afirma Géneviève Jacquinot (apud Soares, 2000) da Universidade de Paris, para quem o educador não é apenas um professor especializado em educação pela mídia, mas é um professor do século XXI, que integra as diferentes mídias nas suas práticas pedagógicas.

A Educomídia tem entre seus principais colaboradores Mario Kaplún (1923-1998) cuja contribuição trata do trabalho inovador e criativo na área da comunicação educativa e popular. Segundo Maria Aparecida Ferrari, no prefácio do livro Educomídia, alavanca da cidadania: o legado utópico de Mario Kaplún, a definição de Educomídia é a seguinte:

“... um campo emergente de intervenção social e da prática profissional que pode ser vista como área de especialização na qual o comunicador e o educador se somam com o objetivo de serem produtores e agentes de um processo social, tendo como protagonista grupos populares, resultado de uma necessidade contemporânea que exige de ambos um papel educativo. (MELO, 2006)”

Esse educador-comunicador argentino aprendeu a Comunicação no dia a dia, e preconizou a prática como forma de alçar a amplitude do conhecimento ou, nas palavras de seu filho Gabriel: “construyó su teoría desde la práctica y en la práctica” (Idem), que fez dos meios de comunicação, em especial o rádio, veículos para a formação cidadã: “Kaplún propõe o uso do rádio para a formação cidadã do indivíduo mediante o desenvolvimento de todas as faculdades inerentes ao ser humano, de forma a evidenciar as possibilidades para a construção da cidadania” (Ibidem).

Os fundamentos desses campos têm como inspiração diversos autores latino-americanos, tais como Paulo Freire (Brasil), Mário Kaplún (argentina), Jesús Martín Barbero (Colômbia), Daniel Prietto (Argenti-

na), Francisco Gutierrez (Costa Rica), Ismar de Oliveira Soares (Brasil), Guillermo Orozco Gómez (México).

A partir dessas linhas de pesquisa podemos entender que existem quatro formas de interação entre Educação e Meios de Comunicação:

1. Educação pelos Meios – iniciativas como TV Escola, TELECURSO, etc.

2. Educação para os Meios – Jornalismo, Rádio e TV, Publicidade, incluindo leitura crítica dos Meios ou LCC.

3. Através dos Meios – Tecnologia educacional como suporte

4. Educação com os Meios – Educomunicação e Educomídia, com o objetivo de integrar Educação e Comunicação numa terceira via na qual a Educação é feita em conjunto com um ou mais meios, de forma a fazer com que a comunidade envolvida realize o verdadeiro exercício da cidadania e da Comunicação a serviço da sociedade local.

Os meios são instrumentos, suportes e a própria ferramenta da aprendizagem, sendo a Educomunicação um processo de gestão da Comunicação. Gestão, neste caso, como forma de processo participativo aberto a tomadas de decisões sobre os usos das Tecnologias da Comunicação e seus recursos. Desta forma, a Educomunicação e Educomídia são campos de intervenção social, que se apropriam dos Meios de Comunicação para fazer Educação.

O exemplo da TV Univap, no Brasil

A partir dos conceitos anteriores sobre Educação e Comunicação e baseado em modelos observados nas universidades norte-americanas que colocam o aluno em situações práticas dentro de suas instalações de TV, passo a relatar, a seguir, o projeto do qual sou idealizador, e que venho coordenando desde 1997 na Universidade do Vale do Paraíba, o qual acredito ser uma aplicação prática dos conceitos e relações expostos neste estudo.

A TV Univap é um projeto educativo de televisão criado pela Univap – Universidade do Vale do Paraíba, situada em São José dos Campos, Estado de São Paulo, Brasil, em 1997, inicialmente para ser uma produtora de televisão e que, depois, tornou-se uma emissora de TV Universitária. Já passaram pelo projeto, aproximadamente, 500 estudantes selecionados entre os alunos dos cursos de graduação da área de Comunicação (RTV, Jornalismo e Publicidade) e, até 2002, também alunos dos cursos técnicos de publicidade, oriundos do Curso de Ensino Médio profissionalizante, mantido pela Fundação Valeparaibana de Ensino, mantenedora da Universidade.

As atividades são extracurriculares e além das linhas de pesquisa apresentadas anteriormente acrescentamos um formato pedagógico baseado em técnicas de aprendizado pelo erro, um modelo construtivista e sócio interacionista de ensino.

O Construtivismo enfatiza a importân-

cia do erro não como um 'tropeço', mas como propulsor para uma conclusão correta. Televisão, principalmente, ao vivo, é um espaço no qual dificilmente não existem pequenos erros – é só observar os telejornais diários. Este formato pedagógico permite que desde o primeiro momento, o estudante faça parte essencial da equipe da televisão e tem responsabilidades a cumprir. Os erros são analisados pelo professor e/ou um membro profissional da equipe, e discutido com o estudante individualmente ou como pauta pelo grupo, de acordo com o tipo de problema e suas causas, e é nesse momento que os referenciais teóricos são apresentados, ou seja, é uma forma de trabalho da prática para a teoria.

Já o Sócio Interacionismo enfatiza a construção do conhecimento do ser humano na história e na cultura a partir de interações com outras pessoas e com a realidade em que vive. Nessa concepção, o sujeito da aprendizagem não é apenas ativo, mas interativo, dado que constitui conhecimentos e se constitui a partir de relações intra e interpessoais. Na troca com outros, e consigo, os conhecimentos, os papéis e as funções sociais são internalizados, permitindo a constituição de conhecimentos e de sua própria consciência. Assim, o sujeito do conhecimento não é apenas passivo, regido por forças externas que o moldam e não apenas ativo, regido por forças internas: o sujeito da aprendizagem é interativo.

Nessa linha, o conceito de Zona de Desenvolvimento Proximal, base do sócio interacionismo, traz implicações para a prática pedagógica, porque considera que o processo de construção do conhecimento tem a mesma importância do produto. Desse modo, o professor não é mais o transmissor de conhecimentos, nem mesmo aquele que propõe as tarefas a serem desenvolvidas pelo estudante, mas o mediador do processo de aprendizagem, propondo desafios e ajudando-o a vencê-los, realizando atividades em grupo, nas quais aquele que estiver mais adiantado coopera com os demais, promovendo o desenvolvimento de todos, dentro das possibilidades de cada um.

Apropriando-se destas duas importantes Teorias de Aprendizagem que, na maior parte das vezes, são aplicadas apenas em função do desenvolvimento infantil e muitas vezes, até mesmo por esse motivo, desprezadas na educação superior, entre os grandes diferenciais da TV Univap está a necessidade da participação do estudante.

Isto se deve ao tamanho, proposital, de nossa equipe profissional formada por um grupo de apenas quatro pessoas: um jornalista, um cameraman e dois professores – dessa forma, não poderíamos fazer nosso trabalho sem a colaboração do estudante, ou seja, sem a participação dos alunos a TV Universitária não conseguiria desenvolver suas atividades.

O que poderia caracterizar-se como uma falha de planejamento, na verdade faz

parte do projeto, porque sabemos, ao observar outros projetos de televisão universitária, que quando existe uma equipe profissional que solucione todas as demandas do projeto, realmente não há necessidade da participação do estudante, que passa a ser figura secundária.

Com este formato, torna-se necessário selecionar estudantes graduandos de Comunicação a cada semestre, de forma a fazer um programa intensivo com aqueles que têm disponibilidade para ajudar-nos a fazer uma verdadeira televisão universitária, incluindo realizar serviços para terceiros e projetos de pesquisa, a fim de colaborar na manutenção da TV. Em um projeto com esta abrangência, os estudantes podem participar como estagiário, remunerado ou voluntário, visto que estão disponíveis apenas seis bolsas de estudo. Realizam todas as funções técnicas na área de TV e têm condições de melhorar suas habilidades, de modo a ter mais oportunidades no mercado de trabalho, além de cumprir os objetivos diários de uma emissora de TV, como a programação e produção de programas.

Como os estudantes vêm com conhecimento heterogêneo e poucas noções do que o trabalho de televisão realmente é, criamos, em 1998, um curso denominado CURSO PRÁTICO DE TELEVISÃO que cobre conhecimentos sobre a equipe de televisão, equipamentos, programação, pré-produção, produção e pós-produção, com funções que envolvem toda uma equipe de televisão: cameraman, diretor técnico, operador de gerador de caracteres, produtor, apresentador, etc. Cada estudante é selecionado para desempenhar uma função específica de trabalho na equipe da televisão, e podem trocar suas posições durante o curso. Na verdade, o curso compreende a efetiva participação dos estudantes em todas as atividades próprias de nosso dia a dia de trabalho em uma emissora/produtora de televisão.

Paralelamente, são oferecidas aulas práticas e teóricas sobre linguagem de televisão, uso e cuidado dos equipamentos, as funções em uma equipe de televisão e as noções elementares dos equipamentos de produção e transmissão terrestre. Tratando-se de um curso regular, têm exames práticos, na forma de avaliação das atividades e teóricos.

No sentido de estabelecer a relação de nosso trabalho com a Educomunicação, buscamos suporte em Soares (2000), quando este afirma que as pesquisas realizadas na USP – e que realizamos em termos semelhantes na Univap – emprestaram um novo significado ao conceito de Educomunicação, acrescentando dois novos conceitos: cultura e cidadania. Assim,

“...o termo Educomunicação torna-se mais abrangente, como um processo aberto e participativo de tomadas de decisões sobre o uso dos recursos e das tecnologias, dando

mais poder ao cidadão comum, capacitando-o a expressar-se de forma cada vez mais coerente com seus desejos e necessidades, dando-lhes condições de produzir cultura e de expressar seus valores.”

Um trabalho regular do aluno inclui a participação nas decisões da linha programação, criação de programas, gravação externa, edição de vídeo, gravação de estúdio e quase todas as semanas, uma produção externa para registrar aulas de laboratório, jogos de futebol, musicais, etc. Sempre que possível, são realizados trabalhos na produção de conteúdos em formato documental para nossos vídeos, porque esse formato colabora como elemento de formação profissional, tanto na área rádio e TV, de jornalismo, como na de publicidade. O trabalho mais importante é feito na pré-produção e roteiro cujos temas são, propostos pelos próprios alunos, ou pelo grupo de profissionais e, frequentemente, com a participação da personalidade convidada.

Uma das formas de garantir ao nosso entrevistado o direito de participar no processo se dá quando o aluno, sempre que é possível, solicita que o entrevistado corrija o texto, não por insegurança, mas para garantia da informação correta e também com outra estratégia, de que por não sermos uma TV convencional, o entrevistado tem o direito de repetir a gravação até que o conteúdo seja apresentado na forma correta e ainda pode oferecer sugestões para que o que seja mostrado tenha melhor qualidade.

Como temos uma linha de trabalho pré-definida, que pauta a divulgação das iniciativas regionais nas áreas científica, educativa e social e por último, a cultural, que já possui maior divulgação em outros meios.

Devido à gradação do desenvolvimento do trabalho, muitas vezes não é necessária a intervenção da equipe profissional e são muitos os programas que revisamos somente durante ou após a exibição, assim, nossos alunos, mais que profissionais de Comunicação, atuam como verdadeiros gestores da Comunicação, com profunda responsabilidade perante a comunidade.

Conclusão

Fica claro que este modelo adotado não se adequa a qualquer projeto de televisão universitária, somente quando a instituição assume que a emissora terá o caráter essencial de TV experimental com foco na formação complementar dos alunos da instituição, em detrimento da própria capacidade de produção da equipe, que é diferente a cada semestre, de acordo com os perfis dos estudantes, porém, as características pedagógicas podem ser aplicadas a diversos modelos de TV, bem como aos próprios cursos de comunicação.

O fato é que nesses 19 anos de trabalho, formamos, aproximadamente, 500 novos profissionais, que nos ajudaram a realizar mais de 1.000 programas semanais,

60 documentários, 30 shows musicais e muitas centenas de transmissões ao vivo. Um exemplo disso foi a transmissão com duração de 8 horas, da 11ª. Edição do Fórum Internacional de Televisão TV Morfosis, com a participação de 15 especialistas na área de televisão e educação, do Brasil, Colômbia, Espanha e México, realizada em 2015, na qual os alunos realizaram todas as funções da pré-produção à transmissão.

A maioria das entidades sociais, regularmente registradas na região, já foram assunto

de programas da TV uma ou mais vezes, assuntos abordados, como aterros industriais e poluição da água tiveram grande repercussão e deram credibilidade ao nosso trabalho.

Diferentemente de qualquer televisão convencional, são realizados contatos constantes com outras emissoras a fim de conseguir contratos de trabalho para nossos melhores estudantes e oportunidades de trabalho temporário a todos, como parte do programa das aulas do aprendiz.

Fazer da TV Univap uma emissora em

que os estudantes têm uma experiência real, contribuindo para a formação de profissionais que divisem que toda a área de comunicação deve ter um foco educativo, dentro do exercício da verdadeira cidadania e respeitando a comunidade como geradora e receptora de informação, não é tarefa fácil, porém, os resultados nesses anos, têm sido mais do que compensadores, ajudando na mudança necessária do pensamento dos meios de comunicação regionais.

REFERÊNCIAS:

BACCEGA, Maria Aparecida (Org.) Gestão de Processos Comunicacionais. Atlas. São Paulo, 2002.

BUCKINGHAM, David. Crecer en la era de los medios electrónicos. Ediciones Morata, S. L. Madrid, España, 2002.

_____. Literacy, learning and contemporary culture. Blackwell Publishing Ltd, Malden, MA 02148, USA, 2003.

FREIRE, Paulo. Pedagogia da Autonomia – Saberes necessários à prática educativa. Rio de Janeiro, RJ: Paz & Terra, 1997.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. Elementos para una política de “educación mediática” “CIUDAD DE BUENOS AIRES: ELEMENTOS PARA UNA POLITICA DE TRANSPORTE” en: POSTALES URBANAS A FINALES DEL MILENIO. UNA CONSTRUCCION DE TODOS. HERZER, H. (COMP.). CICLO BASICO COMUN - CENTRO DE ESTUDIOS AVANZADOS (UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES)

HUERGO, Jorge A. & FERNÁNDEZ, María Belén. Cultura escolar, cultura mediática/ intersecciones. Série: Horizonte de la Educación y la Comunicación – libro I. Universidad Pedagógica Nacional, 1999.

MARTIN-BARBERO, Jesús. La Educación desde la Comunicación. Grupo editorial Norma. Buenos Aires, 2002.

MELO, José Marques de et al. (orgs.). Educomídia, alavanca da cidadania: o legado utópico de Mario Kaplún. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco / Universidade Metodista de São Paulo, 2006

MULTIRIO. Multieducação. <https://chasqueweb.ufrgs.br/~slomp/vygotksky/multieducacao-zdp2.htm>.

SOARES, Ismar de Oliveira. Para uma leitura crítica dos jornais. São Paulo, SP, Edições Paulinas, 1984.

_____. A Nova LDB e a formação de profissionais para a Inter-relação Comunicação/Educação. Revista do Curso de Gestão de Processos Comunicacionais. Editora

Moderna. jan/abr 1995.

_____. Educomunicação: ou a emergência do campo da inter-relação Comunicação/Educação. Intercom, 2000.

_____. From Media Education to Educocommunication. Symposium on Media Education, Experiences from the World. Roma. 2003

_____. Educomunicación: comunicación y tecnologías de la información en la reforma de la enseñanza americana. Diálogos de la comunicación. Revista Diálogos nº. 59-60. FELAFACS. Lima-Perú, p. 137-152, 2000.

_____. Manifiesto de la Educación para la Comunicación en los Países en vías de Desarrollo. Ponencia presentada en el IV Congreso Internacional de Pedagogía de la Imagen, La Coruña, España, 2000.

_____. Comunicação & Educação nos Estados Unidos – cap. IV, A mobilização da sociedade. Pesquisa de Pós-doutorado para a Marquette University, Milwaukee, Wisconsin, EUA. XXIII INTERCOM – GT Comunicação e Educação, set/2000.

_____. Educomunicação: as perspectivas do reconhecimento de um novo campo de intervenção social – o caso dos Estados Unidos. EccoS, Revista Científica UNINOVE, São Paulo: (vol. 2., nº. 2): 61-80.

_____. Educar para a comunicação: vertentes e dificuldades. Seminário “Educação e Comunicação – Quem faz a nossa cabeça?” Jornal Mundo Jovem (entrevista), p. 12 e 13, nov/2002.

SQUIRRA, Sebastião Carlos de Moraes. Jornalismo e Pesquisa Cibernética. Palestra. São Paulo, 1998.

_____. O Século Dourado – A comunicação eletrônica nos EUA. São Paulo: Summus, 1995.

TODA Y TERRERO, José Martinez. Enfoques latinoamericanos sobre la educación para los medios. (apostila) 24 p., La Coruña, 1994.

A TV Educativa brasileira é educativa?

Um estudo das relações entre TVE e escolas locais¹

Cláudio Márcio Magalhães²

Izabella Fonseca Costa³

Luiz Cláudio França Santos Magalhães⁴

Centro Universitário UNA

Resumo

A Televisão Educativa Brasileira (TVE) tem cerca de meio século de existência. São centenas de emissoras espalhadas pelo País, mas sua história tem muito de televisão e pouco de educação. Este artigo é o resultado de uma ampla pesquisa que se propôs a investigar as relações entre essas TVs e as principais representantes da educação nas cidades onde trafegam seus sinais: as escolas. Para isso, o estudo foi feito em Minas Gerais, no Brasil, estado federativo que concentra o maior número de TVE do País. Foram realizadas pesquisas bibliográficas e documentais, observação participativa e aplicação de questionários em 33 TVs e 495 escolas. Como resultado, o que se vê é um grande distanciamento entre as instituições e, principalmente, no que julgam ser educativo. Propostas finalizam o trabalho, na expectativa de oferecer pontes que diminuam o abismo entre TVE e escola.

Palavras-Chave: TVE. Educação. Comunicação. Escolas. Brasil.

Abstract: The Brazilian educational television is about half a century old. There are hundreds of networks throughout the country, airing mostly usual television and very little of education. This paper is the result of a broad research aiming to investigate the relations between these TVs and the main educational institutions in Brazil: the schools. The study took place in Minas Gerais, Brazil, state which has the highest number of educational TVs in the country. Encompasses both bibliographical and documental researches, participant observation and interviews with 33 TVs and 495 schools. As results, it is visible the gap between the institutions and what they believe to be educative. The work ends in proposals aiming to reduce the gap between educational TV and school.

Keywords: Public TV. Education. Communication. Schools. Brazil.

Introdução

O Brasil tem 236 televisões educativas (TVE) em seu Plano Nacional de Outorgas⁵. São canais de televisão, em resumo, para fazer o que seu próprio nome diz: serem educativos. Sua história está ligada ao governo militar e às barganhas político-partidárias dos governos democráticos que sucederam a ditadura (VALENTE, 2009). Essa trajetória, no entanto, tira-lhe o valor? Certamente que não, dadas as também boas histórias que cercam as quase cinco décadas, histórias grandiosas, como da TV Cultura de São Paulo e da TVE do Rio de Janeiro, que, mesmo com dificuldades, emplacaram programas e períodos memoráveis ao telespectador brasileiro. Mas também as pequenas histórias das pequenas emissoras locais, muitas delas a única fonte de informação audiovisual daquela comunidade. No entanto, este trabalho não se propõe a fazer um resgate histórico dessas emissoras, mas de partir da sua gênese nominal para entender se faz jus a sua alcunha: afinal, as TVE são educativas?

O primeiro problema para se responder à pergunta é saber sob qual aspecto

se pretende respondê-la. Ora, sendo educação um termo tão amplo, e de tantas e diferentes abordagens, quem poderia dar o foco? Poder-se-ia estudar a programação a partir dos pensadores que tratam a educação ou mesmo um estudo de recepção, mediado por uma discussão sobre as percepções que esclareçam o processo pedagógico. Mas, embora sejam abordagens sedutoras e que prometem uma investigação elucidada, a proposta desta pesquisa quis ouvir os agentes dessa relação. Portanto, para responder se suas televisões locais são educativas, foi-se escutar os representantes das TVs e das escolas. O objetivo era perceber se há uma conexão entre aqueles que devem ser educativos com sua produção audiovisual e aqueles outros que produzem diretamente o educar.

Para isso, foram alvos da investigação 56 TVE em seus respectivos municípios no estado de Minas Gerais, assim como foram enviados questionários a 495 escolas públicas dessas cidades. Os procedimentos metodológicos envolveram pesquisa bibliográfica sobre os aparatos teóricos e históricos da TVE brasileira;

pesquisa documental e netnografia; entrevistas por telefone e envio de questionários com questões abertas e fechadas pelo correio e retorno via internet para as emissoras; assim como envio de questionário com questões abertas e fechadas para as escolas também via internet.

Como resultado, no que condiz com a investigação teórica, a pesquisa quer contribuir com uma classificação mais ampla dos vários tipos de TVE brasileiras. No campo empírico, o resultado das vozes das emissoras e das escolas mostraram que há um curioso distanciamento entre TVE e escolas no que tange à sua interpretação de educação, mas uma interessante convergência, quando se pensa o processo educativo, ao se levar em conta que a informação tem seu valor pedagógico. Por fim, algumas sugestões dos educadores.

A Televisão Educativa brasileira: propostas de classificação

A presente pesquisa dividiu-se em dois momentos. O primeiro foi uma tentativa de se classificar a diversidade em que se encontra a dita TV Educativa Brasileira,

¹ Artigo originalmente publicado na Revista Comunicação Midiática. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Universidade Estadual Paulista, Bauru, v. 11, n. 2, mai./ago., 2016.

² Doutor em Educação, Mestre em Comunicação Social, Professor/Orientado no Programa de Pós-Graduação em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local e do Instituto de Comunicação e Artes do Centro Universitário UNA.

³ Graduada em Jornalismo Multimídia do Centro Universitário UNA

⁴ Graduando em Sistema de Informação do Centro Universitário UNA

⁵ SISCOM – Serviços Comunicação de Massa/Consulta Planos Básicos de Radiodifusão: Plano Básico TV/RTV/TVA/TVD: Disponível em: <http://sistemas.anatel.gov.br/siscom/ConsPlanoBasico/default.asp> Acesso em: 29 ago. 2016.

Quadro 1: Tipologia de TV Educativa por critério

| Critério | Tipos de TVE | Divisões |
|--------------|--|--|
| Gestão | Geradoras Estatais | Educativas Federais |
| | | Educativas Estaduais |
| | | Educativas Municipais |
| | | Educativas Universitárias |
| | Educativas Diversas | Educativa Filantrópica |
| | | Educativa Religiosa |
| | | Educativa Político-Partidária |
| | | Educativa Empresarial |
| | | Educativa Universitária Privada |
| | | Educativa Sindical |
| Transmissão | Radiodifusão | Educativa Comercial |
| | | Educativa Pública |
| | | Educativa Estatal |
| | Acesso condicionado - TV paga (DTH – Satélite, Cabo, MMDS) | Canal Universitário |
| | | Canal Comunitário |
| | | Canal Educativo |
| | | Canal Legislativo |
| | | Canal Executivo |
| | | Canal Judiciário |
| | Internet | WebTV |
| | (Vídeo sob demanda, IPTV, OTT, sites de compartilhamento de vídeo) | Canal YouTube, Vimeo, etc. |
| | | Página Institucional |
| | | Canal Intranet |
| | | Canal Institucional |
| | | Mídia Ambiental (lanchonete, salas de espera, serviços de atendimento) |
| | | Repositório de Conteúdos |
| Concepção | Mídia Pública | Elitista |
| | | Estatal |
| | | Educativa |
| | | Alternativa |
| | | Culturalista |
| | | Pública não estatal |
| | Mídia Comercial | Institucional |
| | | Propagandística |
| Programação | Própria | Educativa |
| | Em rede | Mista |
| | Mista | |
| Público-Alvo | Generalista | Educativa Aberta |
| | | Educativa Fechada |
| | | Educativa Mista |
| | Segmentada | Para crianças e/ou jovens |
| | | Para educadores |

Fonte: Magalhães; Costa; Magalhães, 2016.

Quadro 2: Metodologias aplicadas

| Metodologia | Objetivo |
|--------------------------|--|
| Pesquisa Bibliográfica | Revisão referencial sobre TVE |
| Pesquisa Documental | Apuração das listas de TVE da Anatel e Amirt |
| Pesquisa Documental | Depuração das listas via informações na internet |
| Entrevistas por telefone | Depuração das listas e aplicação de entrevista semiestruturada nos produtores das TVE |
| Questionário | Envio pelo correio para aplicação de questionário quantitativo para os produtores das TVE |
| Pesquisa Documental | Seleção das Escolas participantes através de lista da Secretaria de Educação do Estado de Minas Gerais |
| Questionário | Aplicação de questionário via internet nos educadores de escolas das cidades com TVE que responderam aos questionários específicos |

Fonte: Elaborado pelos autores

quando prestes, em 2017, a completar seus 50 anos. O resultado deste estudo demonstrou que, ao contrário da TV comercial, a diversidade e a imaginação são a tônica da TVE (MAGALHÃES; COSTA; MAGALHÃES, 2016).

De TV ‘chata’, ‘chapa-branca’ ou ‘cultural, mas mais lida do que assistida’, as TVs educativas tiveram um crescimento que foge ao convencional. Definitivamente, o índice de audiência não pode ser considerado uma métrica de sua importância, dado que seu interesse é público, não comercial. Ou seja, produz e transmite programas que devem cumprir uma política social e não que forneçam espaços publicitários que remunerem seus investidores. O que não quer dizer que não deve ser vista, que não tenha que se preocupar em conseguir sua própria audiência, pois nada adiantaria se não houvesse quem assistisse. Mas há uma inversão de missão: a TV comercial é feita para os anunciantes, dado que seu modelo de negócio depende deles. A audiência não é o objetivo principal (que é vender anúncios publicitários), embora seja de grande importância para a atratividade do mercado financeiro. Já a TV Educativa é feita para o interesse público, que nem sempre é coincidente com o mercado publicitário, especificamente no caso brasileiro, onde o modelo tem como referência o norte-americano (uma televisão comercial hegemônica e uma televisão educativa/pública marginal).

O trabalho propôs-se classificar, de alguma maneira, as TVE brasileiras, no sentido de melhor reconhecimento e abordagem para futuras investigações que porventura se vá fazer deste segmento. Uma divisão por gestão, tanto por configuração jurídica como por objetivo de programação, mas outros critérios ainda podem ser utilizados, como propor uma divisão a partir da abrangência, com divisões nacional, regionais e locais (Quadro 1). O importante é notar a diversidade das emissoras existentes e também a sua potencialidade de crescimento.

A pesquisa: metodologias e Minas Gerais como campo de estudo

O estudo contou com uma variedade de estratégias metodológicas (Quadro 2). No segundo momento da pesquisa, no qual se centra este trabalho, foi-se a campo. Optou-se por estudar em Minas Gerais por ter uma característica única no País: de acordo com a Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações, o estado detém 26% de todas as outorgas previstas de TVEs brasileiras. Um terço a mais do que São Paulo, o segundo estado em emissoras educativas. O desequilíbrio é tal que os números de Minas Gerais representam 90% da soma das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste e 42% acima de toda a região Sul.

Mas esses dados não necessariamente representam um número exato de emissoras educativas, e muito menos se existem e estão em funcionamento, como se constatou ao longo da investigação. A organização burocrática dessas emissoras foi se perdendo ao longo do tempo, as informações são truncadas e mesmo os departamentos públicos responsáveis, quando consultados, não oferecem garantias.

Assim, a primeira atividade foi concretizar um rol de TVEs no estado, o mais factível possível, inicialmente na Anatel – que é quem deveria fiscalizar o segmento – e na Amirt – Associação Mineira de Rádio e Televisão. As páginas do Ministério das Comunicações e da ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária também foram consultadas para confirmar ou aprimorar dados.

A lista da Anatel pecava por dar ênfase às questões técnicas, mas que pouco ajudavam a esclarecer sua identidade, já que raramente a razão social da mantenedora era coincidente com o nome fantasia da emissora. Outra desconfiança é a sua desatualização, pois se foi capaz de encontrar emissoras cassadas pelo Ministério das Comunicações, mas ainda na lista da Anatel.

A seleção da associação mineira era ainda mais deficiente, pois concentrava apenas as associadas. Mas a sua relação com a lista da Anatel já serviu para confirmar algumas emissoras, ao mesmo tempo em que se somavam outras para futuro reconhecimento. As buscas na internet auxiliaram em algumas confirmações, embora boa parte das TVEs não tenham sítios, ou quando o tem, são incompletos e não geram confiança nas informações.

Ao final, restaram, nesse terceiro lote (os primeiros haviam sido levantados na primeira etapa da pesquisa), 56 TVEs. Um resultado expressivo, suficiente para a finalização da investigação pretendida. Em uma nova etapa, buscaram-se novas referências comprobatórias do funcionamento dessas emissoras, utilizando pesquisas na internet, telefonando para os contatos existentes nas listas anteriores e enviando correspondência com solicitação de retorno. Dessa maneira, uma quarta e última lista foi apurada e finalizou-se em 33 TVs que, efetivamente, estavam em funcionamento. Mas fica a impressão de que as TVEs vivem dentro de uma caixa-preta, sem que a sociedade saiba quem são e onde estão ao utilizar esse patrimônio público.

O segundo momento foi buscar informações primárias. Nesse sentido, dois movimentos, sendo o primeiro

uma tentativa de contato telefônico e, posteriormente, o envio de questionários semiestruturados com as mesmas questões da entrevista oral. O mesmo aconteceu com os questionários enviados pelo correio, parte voltando por problemas no endereço, parte confirmando a entrega da correspondência, mas sem retorno por parte da emissora.

Das 56 possíveis emissoras listadas inicialmente, sobraram, portanto, 33 com certeza de funcionamento. Destas, 17 emissoras retornaram com dados, 30% da lista inicial, mas 51,5% das em funcionamento, o que, ao final, tornou-se um número representativo. As cidades onde se localizam as emissoras eram variadas em região do estado e população, não formando um padrão. Para aquelas emissoras que responderam, o formulário, ao que parece, foi considerado um documento delicado, haja vista que 15 dos respondentes eram diretores ou gerentes.

A Rede Minas, a TV estatal do estado, é a cabeça-de-rede⁷ de quase a totalidade das emissoras, sendo que a única que não tem programação local retransmite sua programação na íntegra. Uma emissora retransmite a programação da TV Horizonte, ligada à Igreja Católica de Belo Horizonte e outra não citou a qual está afiliada. Na programação local, foi declarada a existência de 57 programas locais, o que daria uma média de 3,5 por emissora. Mas há desde aquelas que produzem apenas um programa àquela que produz oito, outra nove e a recordista que produz 11 programas próprios. Tudo certamente dependerá do tipo de gestão da emissora, algo que não é objeto de estudo deste trabalho.

Quanto ao gênero dos programas, os telejornais dominam a programação. Mais de um em cada três programas é um telejornal e, se somados os programas de entrevistas e de debates, mais de 50% das produções têm como foco a informação factual. Percebe-se, portanto, uma preocupação, quando da produção local, de priorizar a informação como, talvez, a sua missão principal. Como o telejornalismo é um dos gêneros televisivos que mais demanda recursos humanos e financeiros, vê-se que o investimento dessas pequenas emissoras é escolhido com cuidado e parcimônia, a ponto de, inclusive, ser a escolha daquelas que optaram pela produção única. Provavelmente, a produção esgota os poucos recursos, mas ainda é a primeira opção.

A produção local em telejornalismo é a principal atração para a audiência local, pois, conforme Vizeu (2008), serve com referência para o público mas-

sivo e heterogêneo, que reconhece a extensão da sua identidade, a atuação social e o seu cotidiano. O local, portanto, faz a diferença. Mesmo com a obrigatoriedade da legislação⁸, que determina um mínimo de 5% do tempo da programação para 'serviço noticioso', essa cota já é facilmente cumprida pela cabeça-de-rede, já que a legislação não determina de onde devem ser as notícias. Em diagnóstico setorial em 2006, constatou-se que "todas as emissoras [educativas e públicas] possuem programas jornalísticos locais, informativos ou de debates" (I FÓRUM, 2006, p. 47).

Em uma escala intermediária, aparece a produção de programas de esportes, musicais e culturais, assim como religiosos (Gráfico 1). Os programas religiosos têm sido vistos como uma questão polêmica, uma vez que se trata de uma concessão pública e, como tal, deveria ser laica. Não se trata de estender esse debate aqui, mesmo porque está em números medianos, estatisticamente o destaque é mesmo para o telejornal e os programas informativos. Por fim, uma das emissoras transmite a reunião da Câmara Municipal, uma iniciativa que publicita parte das atividades dos representantes públicos. Nesse sentido, a emissora está em consonância com a sua responsabilidade pública ao dar visibilidade a uma ocasião geralmente afastada do cotidiano da população, o que pode ajudar sobremaneira na inserção política dos cidadãos.

Gráfico 1: Gêneros de programas locais das emissoras respondentes

| Gênero de Programas locais | |
|----------------------------|----|
| Telejornal | 20 |
| Entrevista | 9 |
| Esporte | 5 |
| Policial | 1 |
| Humor | 1 |
| Debate | 1 |
| Religioso | 5 |
| Musical | 4 |
| Variedades | 4 |
| Saúde | 1 |
| Colonismo | 1 |
| Gastronomia | 1 |
| Cultura | 3 |
| Reunião da Câmara | 1 |

Quando perguntados se acreditavam que os seus programas eram educativos, os representantes das emissoras pesquisadas não tiveram muitas dúvidas. 15

⁷ Principal emissora de uma rede de radiodifusão, geralmente regional, estadual ou nacional.

⁸ Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4117.htm

dos 16 que produzem programas locais acreditam que sim, sendo que apenas um considerou que “estes programas não são considerados educativos e sim informativos”. E grande parte das respostas considera que independe do gênero do programa para ser educativo. Na realidade, a noção que os representantes têm é que a transmissão de informações locais já carrega em si um potencial educativo, pois os programas tentam “levar informações úteis para a população”. A programação local, portanto, “tem o caráter de ajudar as pessoas em seu desenvolvimento social, cultural, educativo e de saúde”. Há peculiaridades, como as quatro emissoras universitárias que divulgam suas atividades acadêmicas (eventos, projetos de pesquisa, entrevistas com professores), assim como a ligada à igreja católica que respondeu que “nossos programas são educativos e evangelizadores”.

Aqui cabe ressaltar que a argumentação dos representantes das emissoras sobre também estarem fazendo educação não é equivocada e nem oposta à ideia de educar, quando pensada apenas como uma atividade capitaneada pelas instituições escolares, embora essas concepções devam estar mais próximas do senso comum do que resultante de uma visão crítica. Além, certamente, de mais cômoda para os dirigentes das TVs. De qualquer forma, uma grande e representativa massa de autores, representada aqui por Vigotski (2001)⁹, Brandão (s/d) e Larrosa (2003), já escancarou a diferença e a importância entre a educação informal, aquela realizada no âmbito social, sem a formalidade de instrumentos pedagógicos (como currículos e salas de aula) e a educação formal, quando “a educação se sujeita à pedagogia (a teoria da educação)” (BRANDÃO, s/d, p. 20 – grifo original). Vigotski (2001), inclusive, acreditava que nossos conceitos espontâneos surgem da primeira, enquanto que os conceitos científicos são originados na segunda.

Educação será, no entanto, um conceito unânime quando da prerrogativa de mudança do sujeito educado ou a educar. “Se não houvesse nada para mudar não haveria nada para educar” (VIGOTSKI, 2001, p. 140). Nas falas dos representantes das emissoras, o telejornalismo, em especial, e a programação em geral têm um conteúdo jornalístico “direcionado à educação e cultura” e que se “são produzidos com foco na educação e cultura, contribuem para que os valores que existem na pessoa humana venham à tona, apareçam

e contribuam para o bem geral.” Estão de acordo, provavelmente sem o saber, com Vigotski (2001) que lembrava que o que se espera da pedagogia é adaptar a criança ao seu meio e que essa “adaptação não deve ser considerada senão do ponto de vista social” (VIGOTSKI, 2001, p. 278), algo que a emissora parece querer retratar. Um fator importante no ato educativo é a intencionalidade, o querer proporcionar a mudança. Conforme Larrosa (2003, p. 15), “educação é, em muitos casos, um processo em que se realiza o projeto que o educador tem sobre o educando”. O mesmo autor, no entanto, lembra que o processo não é necessariamente automático, dado que educação também comporta a resistência desse sujeito ao que deve ser educado.

Essa discussão, no entanto, pode levar a um paradoxo. Uma vez relativizada a educação, principalmente, quando se trata da educação informal que pode acontecer a partir da intencionalidade da emissora em ajudar o seu telespectador a conviver, pode-se entender que qualquer TV pode ser educativa. Nesse sentido, a nomenclatura de TV Educativa seria inútil.

A menção de TV educativa é do Decreto Lei 236, de 1967¹⁰ e apenas a destina “à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates”. Portanto, ao que parece, o legislador visava a um conceito de educação estritamente ligado à educação formal. É certo que a trajetória das emissoras engoliu tal definição, embora a norma permaneça em vigor.

A Constituição de 1988 parece concordar, pois ignora tal nome, originária de regulação anterior e, ao que parece, substitui por novos conceitos como ‘pública’, ‘comercial’ e ‘estatal’, quando prevê a complementariedade do sistema de radiodifusão no seu artigo 223¹¹. Pode-se, inclusive, remeter a uma consonância com a dita divisão da educação: enquanto ‘pública’ remeteria a uma possível educação informal (baseada nos interesses sociais e públicos de um bem-estar coletivo); o ‘estatal’ pode ser referendado à educação formal (baseada em instrumentos pedagógicos determinados por uma política de estado). No entanto, tal interpretação é apenas uma conjectura.

Essa TV Educativa poderia, então, extrapolar e, portanto, também ter algum papel na educação formal? Para investigar essa suspeita, perguntou-se se essas emissoras tinham alguma inserção na educação formal de sua cidade, na concepção e atividades formais junto

às escolas. Como resultado, 13 declararam que fazem algum tipo de atividade com as escolas da região, sendo que as quatro que afirmaram que não, uma não tem programação local, outra alegou falta de estrutura para tal, outra que tem propostas em estudo e uma quarta “que as escolas não têm interesse”. Foram elencadas 22 formas de participação, sendo a cobertura jornalística das atividades da escola como a principal (Gráfico 2). Esse número pode ser maior, haja vista que essa cobertura pode não ser considerada como uma atividade junto à escola por aquelas emissoras que não declararam assim, uma vez que trataria de algo regular realizado pelo jornalismo em geral.

Apenas uma emissora declarou ter um projeto específico realizado junto às escolas de ensino básico, um programa dedicado exclusivamente a elas. Duas emissoras também têm programas de visitas que agregam uma apresentação didática que mostra aos estudantes como se faz um programa de TV, sendo que uma, inclusive, defende a prática como um estudo da linguagem televisiva. Um destaque será para sete das emissoras que declararam ter parcerias com universidades locais, ao se agregar a uma instituição formal de produção de conhecimento.

Tais resultados apontam um grande distanciamento das TVs da educação formal da localidade onde as emissoras atuam. A cobertura jornalística é muito importante, ainda mais quando as atividades escolares não são prioridade nas pautas dos telejornais das emissoras comerciais tradicionais. Se a TVE pudesse oferecer isso, estar-se-ia diferenciando. Ainda assim, tal postura também pode ser seguida pelas não educativas. Assim, o que poderia distingui-la seria uma atividade mais próxima da educação formal (BRANDÃO, s/d), como citado no parágrafo anterior. Poderia ter um fundamental papel para a educação formal, introduzindo um debate nas escolas ainda restrito no segmento de mídia e educação: as influências e a importância dos meios de comunicação na sociedade e no letramento dos jovens, tanto nos aspectos de entender sua linguagem, seus objetivos, seus potenciais educativos e suas relações de poder, como também de que maneira poderiam esses estudantes apropriarem-se desse conhecimento para a construção de sua própria expressividade, inclusive na produção de produtos próprios audiovisuais. Isso é o que já defendem pesquisadoras como Pen-teado (1991), Porto (2000), Baccega

9 Lev Vigotski foi psicólogo e pesquisador russo, vivendo entre 1896 e 1934 e, portanto, a data de sua obra nesse trabalho refere-se às novas traduções e não representam reflexão contemporânea do autor, ao contrário dos demais citados. Mas, devido a sua importância conceitual, ainda dialoga perfeitamente com a atualidade.

10 Decreto-lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/Del0236.htm

11 Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm

(2003), Belloni (2001), Fischer (2006) e Girardello (2014). E a Unesco, desde os anos 1970, reconhece e incentiva a in-

trodução da temática da mídia e educação nos currículos formais, oficializada pela sua primeira declaração em 1982

e, desde então, patrocina projetos de inserção nas políticas de educação dos países afiliados (ELEÁ, 2014).

Gráfico 2: Atividade da TVE junto às escolas da cidade



Fonte: Dados da pesquisa

Quadro 3: Respostas que justificam, pelas TVs, se é educativa

- Faz programação com conteúdo educativo, não estimula a utilização de álcool, não exhibe os preços dos produtos.*
- Trabalhos com a comunidade.*
- Os comerciais são os mesmos da Rede Minas, exhibe alguns programas como "Que bicho é esse?". Não vende comerciais, exhibe apenas algum apoio comercial.*
- Conteúdo educativo, programas religiosos.*
- Antes de exhibir algo, a emissora pensa no bem da cidade, o que pode ser acrescentado para o cidadão.*
- Abrangemos todos os níveis de ensino, promovendo o desenvolvimento técnico científico, artístico e cultural, ensino e esportivos, visando à melhoria da educação e cultura, divulgando eventos [da] região, utilidade publica economia, etc.*
- Justamente por dar espaço irrestrito à divulgação de projetos educativos e culturais*
- [garantir] à população regional o acesso a notícias locais, ligadas a fatos de interesse público, de promoção da cultura e da ciência. Em 2016, o momento é de transformações no jornal e de projetos para novos programas educativos. As reportagens continuam a abordar temas que levam caráter educativo. Os temas de interesse público e de utilidade para região também permanecem entre as prioridades do jornal.*
- Os programas têm essa finalidade.*
- Porque nossa emissora contribui na formação de profissionais para o mercado de trabalho e na melhoria da capacitação de jornalistas. Além de levar através do sinal de retransmissão informações que ajudam na formação do pensamento crítico do telespectador.*
- Todo o nosso conteúdo é criteriosamente criado e aprovado pela [universidade parceira], parceira do nosso grupo.*
- Sempre pautamos nas boas práticas e estamos sempre atentos a solicitações de nossa comunidade, proporcionando interação entre as pessoas.*
- Porque é a filosofia da emissora.*
- Retransmitimos uma emissora educativa e os programas locais são de natureza socioeducativa.*
- Conteúdos e programas da emissora contêm as atividades de ensino, pesquisa e extensão da (...) como também atividades culturais da cidade e região.*

Fonte: Depoimentos para a pesquisa. Foram retiradas informações que poderiam ajudar na identificação.

Por fim, depois de tudo, perguntou-se aos representantes se eles consideram que sua emissora é mesmo educativa e não houve quem discordasse. Foi solicitado que justificassem sua resposta (Quadro 3). Considerou-se que elas consolidam as análises até aqui feitas, principalmente, no que tange à educação informal como o papel principal da emissora. Acredita-se que, sendo um veículo de divulgação para a educação formal, realizam seu papel social dentro do sistema educacional, uma intencionalidade de formação cidadã, inclusive no aspecto da crítica social. Mas também existe uma ênfase em se manterem distantes das emissoras comerciais, principalmente, no aspecto de comercialização dos seus espaços publicitários.

Se isso, no entanto, é o suficiente para que essas emissoras sejam consideradas efetivamente educativas, deve-se perguntar para o outro lado da transmissão.

A voz das Escolas: que TV educativa?

Por parte significativa dos representantes das emissoras ouvidos neste estudo, suas TVs cumprem o seu papel educativo, fazendo jus a seu nome. Mas será que as escolas, representantes principais da educação formal, enxergam essas emissoras como educativas? Afinal, imaginando-se a educação como um amplo sistema, não deveriam estar em rede e colaborando mutuamente, TVE e escola, para uma educação plena, com complementariedade entre suas vocações e objetivos?

Portanto, este trabalho também buscou dar voz às escolas sediadas nos municípios onde estão localizadas as emissoras de televisão educativa elencadas nesta pesquisa. Tentar entender quais as percepções que seus educadores têm

dessas emissoras. Para isso, foi estruturado um questionário via internet, com questões abertas e fechadas. A lista oficial das escolas do Estado de Minas Gerais, fornecida pela página da Secretaria da Educação¹², apontava 17.200 escolas. Para se chegar ao número do universo pesquisado, a opção foi selecionar as escolas públicas estaduais, com ensino fundamental e/ou médio, em regiões urbanas. As opções referem-se a pesquisar dentro de um sistema educacional com uma política unificada, com viés público (dada a própria discussão em torno da TV educativa), nas séries do Ensino Básico, e no centro urbano, haja vista que os sinais de TV nem sempre são adequados para as regiões rurais. Após essa seleção, o filtro final foram as escolas dos municípios das 33 cidades que comprovadamente tinham TVE, no total de 495 instituições.

No entanto, se o retorno obtido na abordagem às emissoras foi considerado satisfatório para a construção do estudo empírico, o mesmo não ocorreu com as escolas. Das quase quinhentas, apenas 15 escolas retornaram o questionário (3%). De positivo, as escolas respondentes eram de 10 das cidades pesquisadas onde havia TVE.

O primeiro resultado já demonstra um afastamento entre as duas instituições: das 15 escolas, 12 declararam que sequer conhecem a existência de uma TV educativa na cidade. Em dez dos municípios de escolas respondentes, sete coincidiram com as cidades onde o representante da TV Educativa respondeu ao questionário. Destas, apenas uma escola declarou conhecer sua TVE. Ou seja, as televisões, que se consideram educativas, não compartilham dessa mesma impressão em relação à escola local. Portanto, vai se caracterizando um grande distanciamento entre as duas instituições, que será confirmado em novos dados.

Após essa primeira pergunta, no entanto, o questionário deixa claro que há uma TVE na cidade e solicita que analisem as relações da emissora com a escola¹³. O distanciamento é mais uma vez apontado quando, das seis escolas que avaliaram como seria essa relação, cinco responderam como inexistente ou fraca. Cinco responderam que não há qualquer contato, o mesmo número que aponta que eles não fazem reportagens sobre a escola, contra um que respondeu positivamente a essa iniciativa, mas que, ainda assim, não abrange o que a escola tem de melhor. Para cinco que responderam em que parte da grade de programação as escolas aparecem na TV, três disseram que não aparecem em nenhum programa, contra dois que apontaram os telejornais. Perguntado se houve, há ou está em pro-

jeto alguma proposta de trabalho conjunto com a emissora, não houve qualquer manifestação nesse sentido. Apenas uma apontou cobertura jornalística dos eventos da escola no passado. Deve-se lembrar de que, na fala das emissoras, majoritariamente, respondeu-se que tinham atividades com a escola, com mais de 20 formas de participação. Nada disso apareceu nos relatos das escolas.

Para entender a abrangência da emissora, foi perguntado se acreditam que a comunidade acadêmica assiste regularmente à TV educativa local: dos sete respondentes a essa pergunta, seis disseram que nunca ou raramente. Mas, ao que parece, parte tem uma impressão positiva da programação, já que três consideram alguns dos seus programas educativos, especificando dois originários da cabeça-de-rede educativa (um infantil, outro de entrevista), um genérico “TV Cultura” (nome de uma das programadoras nacionais), outros locais (mas sem mencionar quais) e “aquele que oferece algum tipo de informação”, aqui, a única resposta que coincide com a concepção de educação dada por alguns dos representantes das emissoras.

“Porque a informação é o primeiro recurso para a construção de conhecimento, o que se associa diretamente a processos educativos”, respondeu um dos representantes escolares, quando solicitado a justificar sua resposta se acredita que, afinal, a TV é ou não educativa. Essa questão foi respondida pelos 15 respondentes e houve uma divisão nas opiniões: cinco consideraram que sim; cinco, não; três, nem sempre; e dois responderam que não saberiam opinar. Os que creditam educação à emissora usam o mesmo argumento acima, a informação como fator educativo. Mas aqueles que a julgam não educativa, ou somente em determinadas ocasiões, acham pouco. “Boa parte das notícias são apenas de cunho informático” (sic), “sua programação não remete aos seus espectadores uma abrangência educativa” e “o pouco envolvimento com atividades educativas se dá quando a emissora é solicitada a cobrir eventos realizados pela escola” foram frases que demonstram o afastamento da educação pelos educadores.

Instigados a opinarem sobre o porquê desse afastamento entre TV e escola, a falta de divulgação da própria emissora é apontada como a principal causa, seguida, de perto, pela ausência do envolvimento delas nas práticas educacionais formais locais e, também, por problemas técnicos de recepção do sinal. Ao final, foi solicitado, caso quisessem, que se apresentassem propostas para melhorar essa relação. Como foram apenas quatro os que se propuseram, vale o registro:

Quadro 4: Respostas que justificam o afastamento entre TV e escola

Deveríamos ter uma programação voltada para documentários que abordassem a cultura local, que abordassem temas locais de interesse socioeducativo (questões locais sobre a falta d'água, o destino do lixo doméstico de nossa cidade, etc.); Ter uma programação que abrange (sic) as escolas em discussões de temas acerca da educação e sociedade; Acredito que uma TV para se considerar educativa, pode se envolver mais nas questões de interesse da comunidade local. Manter uma relação mais próxima com a escola não só na divulgação dos projetos que a escola desenvolve, mas na promoção de projetos educativos também, como, por exemplo, projetos voltados para o incentivo à leitura, aos cálculos, ao esporte e laser, à cultura, etc. Com programas e reportagens ligados diretamente à escola de modo que os nossos alunos e profissionais possam sentir-se valorizados.

Fonte: Depoimentos para a pesquisa. Foram retiradas informações que poderiam ajudar na identificação.

A pouca participação das escolas na pesquisa não deve tirar o mérito daqueles que responderam e, portanto, deram contribuições como as citadas acima. Aliás, essa pouca participação pode, inclusive, ser reflexo justamente desse grande afastamento. Para quê e como responder sobre algo que desconheço? No entanto, as respostas daqueles que se propuseram a ajudar demonstram que há soluções, e elas partem do trabalho não necessariamente conjunto, mas que amplie algo que, ao que parece, as emissoras acreditam que já fazem, mas que as escolas desconhecem: a divulgação local das singularidades socioculturais daquela cidade. O que as escolas pedem é que a educação seja um norteador e, em consequência, a escola e tudo em seu entorno. Observa-se que não há uma cobrança sobre uma educação formal e didática, mas um convite ao inverso, para que elas sejam chamadas para a pauta, no jargão jornalístico, ou seja, sejam temas ou fontes do que municia a cobertura e a programação da emissora.

Conclusão

De um lado, nas respostas dadas pelos representantes das emissoras educativas

¹² Disponível em: <https://www.educacao.mg.gov.br/parceiro/lista-de-escolas>

¹³ O questionário para os professores era aberto e não havia obrigatoriedade para se responder a todas as perguntas. Assim, não há coincidência de respondentes a todas as questões, variando conforme a pergunta.

escutados pelo presente estudo, todas se veem como educativas. Por outro, as escolas parecem não acreditar nisso. Essa discrepância de opinião, como se viu, está associada ao ponto de vista de ambos os segmentos sobre, afinal, o que é ser educativo.

Então, o que seria ser uma TV educativa? A TV educativa ideal seria aquela que estivesse em amálgama com a educação local? Dadas as grandes dificuldades financeiras e operacionais das duas entidades, dependeria de grande esforço de ambas, embora perfeitamente possível para algumas delas. O ideal, no entanto, seria um trabalho conjunto, uma parceria por meio da qual ambas ganhassem. De um lado, a escola ampliando os olhares de seus educandos. Do outro, a emissora apresentando essa TV desconhecida a um novo público, inclusive possibilitando a sua participação mais efetiva. Na primeira parte da pesquisa, descobre-se uma certa complexidade nessa relação.

“É importante lembrar que a legislação – e, portanto, a sociedade – não cobra nada diferente de sua TVE. Há, sim, uma série de outras atribuições que essas emissoras deveriam estar fazendo, mas que igualmente não encontram respaldo nem na fiscalização, nem nas políticas públicas de comunicação. Portanto, as televisões educativas se mantêm na sua área de conforto. Não é o que se espera de alguém que se propõe ser educador, mas também não é algo condenável, haja vista que não se oferecem meios e se cobram metas sociais para que mudem suas rotinas (MAGALHÃES; COSTA; MAGALHÃES, 2016, p. 79).”

Há um grande espectro multidimensional para se considerar se a TV tem desempenhado esse papel educativo. Essa

pesquisa especificamente quis entender isso pelo aspecto relacional entre a escola e a emissora, em especial no levantamento dos projetos desenvolvidos em comum. Tais atividades já comprovariam alguma atuação pedagógica e didática das emissoras em seu ambiente social. Por outro lado, nos lugares onde não acontece essa interação, tentar entender o porquê as emissoras se mantêm distantes das escolas. Mas, pelo o que se viu, elas simplesmente não estabelecem contatos.

Não somente a atuação de uma emissora junto às escolas a faz “educativa”. O que se pretendeu aqui foi estabelecer contextos e propostas para que, também, a TVE possa trabalhar junto com as escolas. Nesse sentido, entendendo e divulgando os projetos de sucesso, serviria de incentivo para aquelas que ainda precisam, não só de exemplos, mas também de boas ideias. Foram pequenas as respostas, mas elas podem levantar questões ainda maiores.

REFERÊNCIAS:

BACCEGA, Maria A.. *Televisão e escola: uma mediação possível?* São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003. (Série Ponto Futuro; 14)

BELLONI, Maria L.. *O que é mídia-educação*. Campinas: Autores associados, 2001. (Coleção polêmicas do nosso tempo; 78)

BRANDÃO, Carlos R. *O que é Educação*. São Paulo: Circuito do Livro/Editora Brasiliense, s/d.

ELEÁ, Ilana. *Agentes e Vozes: um panorama da Mídia-Educação no Brasil, Portugal e Espanha*. Gothenburg/Sweden: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, 2014.

I FÓRUM NACIONAL DE TV'S PÚBLICAS: diagnóstico do campo público de televisão. Caderno de debates. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

FISCHER, Rosa M. B.. *Televisão & Educação: fruir e pensar a TV*. 3.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006 (Coleção Temas & Educação).

GIRARDELLO, Gilka. *Crianças fazendo mídia na escola. Desafios da autoria e da participação*. In: ELEÁ, Ilana (ed.). *Agentes e Vozes: um panorama da Mídia-Educação no Brasil, Portugal e Espanha*. Gothenburg/Sweden: The International

Clearinghouse on Children, Youth and Media, 2014. p. 21-28.

LARROSA, Jorge. *Pedagogia Profana: danças, piruetas e mascaradas*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

MAGALHÃES, Cláudio M.; COSTA, Izabella F.; MAGALHÃES, Luiz C. F. S.. *Concepções sobre TVE e um estudo sobre as TVs educativas e as escolas em Minas Gerais*. In: NAGAMINI, Eliana (org.). *Comunicação e Educação. Processos educativos na Interface comunicação e educação*. Santa Cruz/BA: Editus, 2016. p. 67-82.

PENTEADO, Heloísa D.. *Televisão e escola: conflito ou co-operação?* São Paulo: Cortez, 1991. (Coleção educação contemporânea)

PORTO, Tânia M. E.. *A televisão na escola... Afinal, que pedagogia é esta?* Araraquara: JM Editora, 2000.

VALENTE, Jonas. *Sistema público de comunicação no Brasil. Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro*. São Paulo: Paulus; Entrevistas, 2009. p. 269-289. (Coleção Comunicação).

VIGOTSKI, Lev S.. *Psicologia Pedagógica*. São Paulo: Martins Fontes, 2001. (Psicologia e pedagogia).

VIZEU, Alfredo. *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.

Comunicação, Mídia, Espetáculo, Cidadania. As instituições do estado brasileiro em cena¹

Renato de Almeida Vieira e SILVA²

Faculdades Rio Branco e Faculdades Metropolitanas Unidas – SP

Resumo: Este artigo tem por objetivo analisar os recentes processos político-institucionais e comunicacionais ocorridos no Brasil, encabeçados pelos poderes executivo, legislativo e judiciário, que proporcionaram uma exposição midiática sem precedentes na história do País, sobretudo por meio das redes de televisão aberta e por assinatura, com imagens geradas pela rede pública – TV Câmara, TV Senado e TV Justiça - cujos efeitos se fazem sentir nas avaliações críticas da opinião pública, bem como sua amplitude nas relações sociais em cadeia, em razão da diversidade dos meios de divulgação e da relevância desses processos de mediação sobre o campo da participação política e do exercício da cidadania.

Palavras-chave: Televisão. Comunicação Pública. Espetáculo. Convergência Midiática. Cidadania.

Abstract: This article aims to analyze the recent politico-institutional and communicational processes that have taken place in Brazil, headed by the executive, legislative and judiciary powers, which provided an unprecedented media exposure in the country's history, especially through open television and subscription television networks, With images generated by the public network - TV Câmara, TV Senado and TV Justiça - whose effects are felt in the critical evaluations of public opinion, as well as their amplitude in the social relations in chain, due to the diversity of means of dissemination and relevance Of these processes of mediatization on the field of political participation and the exercise of citizenship.

Key words: Television. Public Communication. Spectacle. Media Convergence. Citizenship.

Introdução

“Desde a antiga Grécia até o surgimento da TV, a forma de comunicação tradicional de repasse de informações é feita unidirecionalmente e analogicamente, baseada na emissão de uma mensagem por um emissor, recebida por um público que não é passivo completamente, mas que, tecnologicamente, não pode emitir mensagem. Com a comunicação digital se desenvolve, pela primeira vez na história da humanidade, a alteração desse fluxo comunicativo, com a criação de uma forma de comunicação em rede onde todos os indivíduos são, ao mesmo tempo, emissores e receptores, ou seja, todos nós podemos criar mensagens e distribuí-las em rede. Esta é uma grande revolução dentro do conceito da democracia, pois altera profundamente as relações entre público e instituições e a forma de gerar e redistribuir informações.”

Máximo di Felice

A aparente complexidade de viver em ambientes democráticos, típicos de sociedades abertas na contemporaneidade, exige não apenas o exercício do direito ao

voto, mas igualmente formas midiáticas de informação, compreensão, participação e avaliação das instituições públicas e privadas e, seus agentes, na condução da vida política de um país. Votar não se constitui um fim em si mesmo ou, o único meio de manifestar a cidadania, mas o início de um longo processo deliberativo e de participação, que evolui na construção social. Contribuem para isso os múltiplos canais de acesso a qualquer tipo de informação que influem diretamente na compreensão do jogo democrático e na elucidação de dúvidas sobre condutas e atos onde se mesclam os interesses públicos e privados

Os recentes processos judiciais denominados pejorativamente de “Mensalão” e “Petrolão”, além daquele de ordem parlamentar que culminou no impeachment presidencial, ocorridos em pouco menos de uma década, deram mostras da vitalidade com que as instituições no Brasil buscaram, dentro das normas legais, os caminhos de apreciação e julgamento desses episódios políticos cujos impactos sobre a opinião pública foram evidenciados pela ampla cobertura midiática.

Tal cobertura comunicacional se deu em maior escala pela utilização de múltiplos meios, porém, foi a transmissão direta dos atos judiciais e parlamentares, origi-

nados pelas TVs administradas pelos poderes Judiciário e Legislativo, conhecidas como TV Justiça, TV Senado e TV Câmara, replicadas pelas redes privadas abertas e por assinatura, que aproximaram o grande público das sessões onde foram apresentados, analisados e julgados os processos judiciais e políticos.

Nesse aspecto, a televisão foi o veículo mais importante para a construção direta de pontes entre os cidadãos, que acompanharam o desempenho de seus representantes no parlamento e dos membros da alta corte. Tudo isso transcorreu de forma independente de qualquer juízo de valor sobre o mérito das apreciações, cuja tecnicidade dos diferentes conteúdos não invalidou a grande atenção que lhe foram dispensadas, comprovadas pela aferição das respectivas audiências, que serão melhor detalhadas apresentada em gráficos na sequência.

A expressiva audiência desses eventos transmitidos e comentados pela televisão correspondeu diretamente ao interesse público pelos temas e pela forma usual de obter informação no Brasil, onde a TV ainda tem peso na formação da opinião coletiva. Também não se pode menosprezar o alcance dessas transmissões em rede nacional num país de dimensões continentais, cuja formação socioeducacional ainda

¹ Trabalho apresentado no XV Congresso da Associação de Historiadores da Comunicação, realizado na cidade do Porto, Portugal, que tem como tema central “COMUNICAÇÃO E ESPETÁCULO”

² Doutor em Ciências da Comunicação e professor nas Faculdades Rio Branco e Faculdades Metropolitanas Unidas <http://lattes.cnpq.br/0524756060525155>. email: renato-e@uol.com.br

carece de investimentos em políticas públicas que ampliem o conhecimento e o pleno exercício da cidadania nos mais diferentes campos de interesse.

A produção televisiva, no entanto, permanece sob o fogo cruzado de críticas quanto à velocidade com que mostra suas reportagens e à forma por vezes superficial pela qual trata determinados temas. Entretanto, as transmissões ao vivo, por meios de telejornais, entrevistas e programas especiais, a princípio, resultaram em alguma imparcialidade à medida que as emissões diretas diminuem interferências sobre o que é noticiado. Assim, os telespectadores recebem, quase sem intermediação, as mensagens tal como são formuladas na origem, e, portanto, sujeitas a seus julgamentos e opiniões individuais. Associam-se a esse processo, as formas de comunicação em redes sociais, tornando esse processo muito mais dinâmico e participativo.

O maior benefício desse contato direto com a fonte e o meio gerador das notícias dá-lhe maior legitimidade, pois cabe a cada telespectador exercer sua visão crítica sobre aquilo que recebe, fugindo da concepção debordiana da manipulação de consciências pelo exercício unilateral da geração e transmissão de conteúdos. Na verdade, os julgamentos do STF e as sessões da Câmara e do Senado transcorreram dentro de um ritual próprio de cada instituição, porém, com resultados não tão previsíveis nos julgamentos, discussões, pareceres e opiniões dos membros daquelas instituições do estado brasileiro. Destaco, contudo, que as duas casas do poder Legislativo são as mais susceptíveis às pressões da opinião pública face ao seu caráter de representantes eleitos pelo voto popular. Esse fato apresenta menor influência no ambiente do judiciário, a não ser em decisões de grande repercussão sobre o conjunto da sociedade, entre os quais podemos citar recentemente as uniões homoafetivos e o aborto de anencéfalos.

A questão da esfera pública desempenha um papel significativo no modelo democrático de representação e de justiça no contexto da sociedade brasileira, à medida que os processos argumentativos entre os indivíduos, parlamentares e magistrados são expostos publicamente, bem como as suas razões, opiniões, julgamentos e argumentos dos demais colegas, a fim de alcançarem, ao final, uma decisão coletiva, consensual ou não. Os votos são, assim, a contabilidade da expressão de cada membro que no seu conjunto decidem questões que interessam à coletividade.

Porém, o que torna esse processo diferente no caso brasileiro, no comparativo com outros países, é a intensa midiaticização de alguns de seus atos e sessões que, ao ganharem a publicidade tornam-se objeto de interesse da sociedade a par-

tir das transmissões televisivas abertas. A audiência, especialmente pelos telejornais, toma conhecimento de sua evolução e desdobramentos tornando a televisão um veículo-ponte entre as instituições e a população em geral a qual aproxima os personagens institucionais do grande público.

Vale destacar que as transmissões da TV pública, aqui representadas pelas TV Justiça, TV Senado e TV Câmara, não fazem parte da programação oficial das redes privadas abertas, reduzindo sua participação entre as TVs por assinatura, cujo público é mais reduzido. No entanto, os conteúdos gerados por aquelas emissoras ganham espaço e destaque quando os temas abordados obtêm relevância no conjunto da sociedade. Nesse caso, o espaço na programação se amplia para esses temas em função da própria audiência gerada, especialmente, em momentos nos quais as decisões são proferidas.

A seguir analisaremos o papel da televisão como indutor e motivador de análise, reflexão e opinião dentro do contexto de uma cultura de massa, complexa, difusa que representa a contemporaneidade num país com as características do Brasil.

O papel da televisão na disseminação da informação no Brasil

É evidente o crescimento das novas formas de comunicação, entre eles, os aparelhos celulares e a internet entre os mais diferentes segmentos da população, especialmente, entre os mais jovens que são mais receptivos às novas tecnologias surgidas nos últimos anos. No entanto, no Brasil, a televisão ainda se mantém como o meio mais presente no cotidiano das pessoas. Aqui, a mídia televisiva é o meio de comunicação que tem maior repercussão e alcance entre a população. Apesar de recentes dados informando sobre redução na audiência, 89,3% da população brasileira ainda utiliza a televisão como fonte principal de informação e entretenimento.

A televisão historicamente se disseminou como meio de comunicação no Brasil a partir da segunda metade da década de 50, tomando parcelas progressivas de audiência do rádio que foi o mais importante veículo desde os anos 30. Três grandes redes de TV disputam a preferência do público, com quase 80% da audiência, tendo presença em todo território nacional. A programação se mescla entre o jornalismo, ficção, entretenimento, capazes de influenciar a cultura, política e opinião pública do País. Iniciou-se assim uma trajetória de alcance, sucesso e construção de uma cultura de massa sem precedentes na história recente do País cujos efeitos se fazem sentir até hoje mesmo com a ascensão de novas tecnologias e mídia.

Os telejornais, por sua vez, tornam-se referência sobre a vida político-institu-

cional, mesmo ressalvados os posicionamentos de cada grupo de emissoras em relação a temas dessa natureza, frequentemente questionados em razão da não isenção ou imparcialidade no tratamento de opiniões, comentários e conteúdos. A ampla audiência de alguns deles leva milhões de brasileiros a torná-los o principal veículo de informação e referência, importância essa ampliada pelas transmissões nacionais, em um país de grande extensão territorial. Esse fator integrador e catalisador faz com que muitos brasileiros construam referências em comum e esse alcance das emissoras, especialmente, as de maior audiência, contribuiu para a formação da cultura de massa no Brasil, com a população compartilhando expressões, costumes, gostos, preferências, opiniões e comportamentos, associados também à teledramaturgia, cujo requinte de produção e popularidade tornaram essa formatação muito rentável para as emissoras.

Para Jesús Martín-Barbero, “a televisão terminou por se constituir ator decisivo das mudanças políticas, protagonista das novas maneiras de fazer política”, fazendo alusão ao papel da televisão na composição do poder. Para Norberto Bobbio, o poder representa “a capacidade de um sujeito influir, condicionar e determinar o comportamento de outro indivíduo”, e ele se constrói através do poder econômico, político e ideológico. Portanto, o uso da palavra e da transmissão de símbolos, ideias e visão de mundo, ganha especial destaque através dos meios de comunicação. Quando destacamos o papel específico da TV, ela se torna ainda mais importante por seu alcance e diversidade da programação, tanto como mídia quanto pela possibilidade de construir a realidade por meio da representação, o que faz com que seus telejornais construam uma versão da própria política e dos políticos, bem como da justiça, compartilhando o espaço e audiência com os demais programas de entretenimento e telenovelas, que fazem parte do simulacro da realidade e do dia a dia do País. Daí a importância desses programas na formação de opiniões e formas de ver e pensar coletivas.

A pesquisa realizada pela SECOM – Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, em 2016, indica que a TV é o meio de comunicação mais acessado pelos entrevistados, sendo mencionada pela quase totalidade da amostra. Pouco mais de três quartos dos entrevistados assistem TV todos os dias da semana. O acesso é mais frequente entre segunda e sexta-feira, e o tempo médio de acesso supera as três horas diárias. As emissoras da TV aberta são as mais assistidas, principalmente, a Rede Globo.

Aproximadamente dois em cada três entrevistados afirmam ouvir rádio, sendo metade destes o faz todos os dias. A prin-

cipal forma de acesso é por aparelhos de rádio tradicionais. Ouve-se rádio mais entre segunda e sexta-feira, sendo que a média de tempo do acesso diário é próxima de três horas. Por volta de um em cada três respondentes afirma ler jornal. Destes, dois em cada três leem mais a versão impressa; cerca da metade destes adquire em bancas. O acesso a esse meio de comunicação é mais costumeiro entre segunda e sexta-feira; por sua vez, o tempo diário de acesso é de, aproximadamente, uma hora e dez minutos.

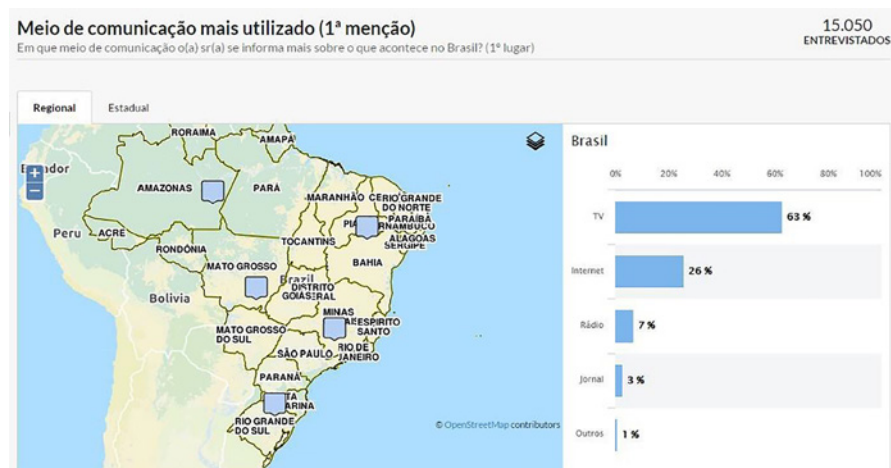
Cerca de um em cada quatro entrevistados dizem ler revistas. A versão impressa é a mais acessada, sendo que entre esses, aproximadamente, quatro em cada dez adquirem em bancas. O costume do acesso a esse meio é um pouco mais preponderante entre segunda e sexta-feira. Tanto durante a semana, quanto aos sábados e domingos, a média é de cerca de uma hora e dez minutos dispensados diariamente na leitura de revistas.

Entre os entrevistados, aproximadamente, dois em cada três acessam a internet; o ambiente domiciliar é predominante entre os locais de maior uso. O telefone celular supera e muito o computador como o dispositivo mais utilizado no acesso à internet e algo em torno de três em cada dez respondentes que utilizam a internet declaram utilizar somente um dispositivo para tal atividade. O tempo médio de acesso diário, considerando tanto o meio de semana quanto o final de semana, fica um pouco acima das quatro horas e trinta minutos.

Também foi avaliado, no presente estudo, o grau de confiança nas notícias que circulam nos diferentes meios de comunicação: mais da metade dos entrevistados que assistem TV confiam sempre ou muitas vezes nas notícias veiculadas por esse meio. É possível observar que quase seis em cada dez ouvintes de rádio confiam sempre ou quase sempre nas notícias divulgadas por essa mídia, proporção semelhante entre os leitores de jornais. Por volta de quatro em cada dez leitores confiam sempre ou muitas vezes nas notícias veiculadas nas revistas. Por sua vez, a maioria dos usuários de internet confia poucas vezes ou nunca confia nas notícias de sites, de blogs e de redes sociais.

Podemos concluir nessa etapa que a televisão exerce papel preponderante na construção de opiniões no Brasil, estimuladas e ampliadas pelas plataformas de acesso dessa geração de conteúdos em diferentes meios, como parte da dinâmica de mobilidade e acessibilidade tecnológica de cada usuário. Esses fatos ampliam o seu alcance, tornando os processos interpretativos mais próximos de largos segmentos da população e, portanto, com maior questionamento sobre as grandes decisões nacionais. É o que detalharemos na sequência.

Gráfico 1:



Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 - SECOM – Secretaria de Comunicação da Presidência da República

Comunicação e processos participativos

Os processos democráticos modernos tornaram-se mais complexos em razão de as opiniões e decisões movimentarem-se em meio a milhões de informações e imagens. Essa fluidez, sem paralelo na história do mundo, alcança aquilo que Bauman denomina, dentro do conceito de modernidade líquida, de supremacia da imagem na comunicação de massa, tendo na comunicação midiaticizada o seu vértice. Sob esses aspectos, não se compreende apenas os cidadãos como indivíduos puramente dominados e submissos ao poder da mídia, já que tanto se aproximam quanto se afastam de determinadas posições e decisões, manifestando publicamente ou, por meio das redes sociais, as suas aspirações e desejos. Assim, a política e a justiça midiaticizadas promovem o lado visível e deliberativo dessas instituições e com importante participação nas relações sociais no contexto de uma sociedade democrática.

“Apesar do inestimável apelo moral que o modelo de democracia direta e participativa suscita, ele dificilmente consegue resolver os dilemas da política democrática da idade moderna. Tal modelo prevê certas condições sociais e simbólicas que raramente se verificam nas circunstâncias em que são tomadas as decisões hoje. Ele implica primeiro um local compartilhado no qual os indivíduos possam se reunir para discutir temas de interesse comum. Segundo, ele estabelece certa igualdade social entre os participantes. Terceiro, ele preconiza um processo de diálogo através do qual os indivíduos sejam capazes de expressar seus pontos de vista, questionar os dos outros, argumentar e chegar a um juízo formado discursivamente.

Em resumo, esse modelo torna-se um processo de comunicação dialógica entre indivíduos de condições sociais mais ou menos iguais que se reúnem para formar através da argumentação e do debate, uma vontade coletiva. (THOMPSON, 1999, p. 220) ”

Os temas tratados nos dois ambientes do Legislativo e no do Judiciário, amplamente divulgados pelas televisões aberta e por assinatura, com imagens geradas pelas próprias instituições gestoras, tornam essas transmissões mais isentas e sem filtros, pela ausência de intérpretes na transmissão, submetidos à própria audiência. Ao mesmo tempo ampliam o interesse coletivo, transformando os espaços da comunicação pública mais relevantes para a construção e solidificação dos processos democráticos em um país como o Brasil, cujas desigualdades ainda são relevantes e também por apresentar carências na formação educacional de amplos setores da sociedade. O alcance das transmissões televisivas preenche de alguma forma parte dessas lacunas já que, independente do tecnicismo retórico existente na linguagem nos pronunciamentos do legislativo e do judiciário, os conteúdos são complementados por comentários de jornalistas que “traduzem” o linguajar peculiar de cada casa, tornando-os mais palatáveis e compreensíveis.

Os telespectadores por sua vez contribuem igualmente com suas próprias vivências para elucidar e se posicionar diante dos temas apresentados, que podem, ou não, estar diretamente ligados às suas vidas e influenciar seus destinos, o que poderá contribuir para a construção de opiniões acerca desses discursos e decisões. O caráter individual dessa compreensão é fundamentado pelo uso do livre arbítrio e, não, pela manipulação de uma ou outra corrente de opinião, processo pelo qual as mensagens não são

absorvidas com passividade e aceitação, independente do segmento social e condição econômica ao qual pertença o telespectador. Daí as pesquisas de opinião realizadas após exibição de uma grande sessão legislativa ou julgamento apontarem para opiniões divergentes e repercutirem na opinião pública com ampla cobertura dos meios de comunicação. Esses indicadores de opinião traduzem o sentimento médio da sociedade e podem influenciar na tomada de decisão.

É lógico que tensionamentos são esperados nesses processos oficiais pela própria compreensão das partes em relação aos temas tratados, cujas decisões e deliberações podem contrariar formas de ver e pensar de indivíduos e grupos. Essa realidade amplia o debate em torno das questões de interesse público cuja repercussão poderá se potencializar ao tomar os espaços midiáticos e estimular polaridades e posicionamentos junto ao público. É possível que graças a essa característica, o processo deliberativo, com suas alçadas de decisão, torne mais legítimo o reconhecimento de que as instituições do Estado estão em pleno funcionamento pelo fato de tomarem decisões coletivas ou por maioria de voto, afastando de alguma forma, ao menos no universo simbólico, a percepção de desequilíbrio e iniquidade.

A importância da publicidade, aqui compreendida pela forma de tornar conhecidos e acessíveis os temas de interesse público gerados pelos sistemas público e privado de comunicação televisiva, proporciona a compreensão, em diferentes níveis, da construção de opiniões e versões. Sua credibilidade está, a nosso ver, muito ligada à visibilidade e alcance dos meios disponíveis do que apenas às correntes de opinião expressas pelos comentários independentes. Assim, a comunicação pública com baixa influência do controle oficial direto na produção de seus conteúdos funciona como aproximação entre os centros de deliberação e decisão dos amplos segmentos da sociedade. Esse, por sua vez, podem acompanhar a evolução de temas de seu interesse e manifestar, por meio das redes sociais e outras formas de emissão de opinião, suas posições favoráveis ou não àquilo que esteja em discussão e, portanto, podem influenciar de alguma maneira nos processos de decisão.

A convergência entre os mais diferentes meios e plataformas, associados à democratização dos acessos, sugere igualmente aumento na intensidade de trocas informacionais em larga escala. O gráfico 1 demonstra pesquisa realizada pelo IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, indica que 29% dos brasileiros assistem à televisão utilizando seus celulares, índice esse que supera alguns mercados mais desenvolvidos. Por outro lado, posiciona que a TV e a internet

Gráfico 2:

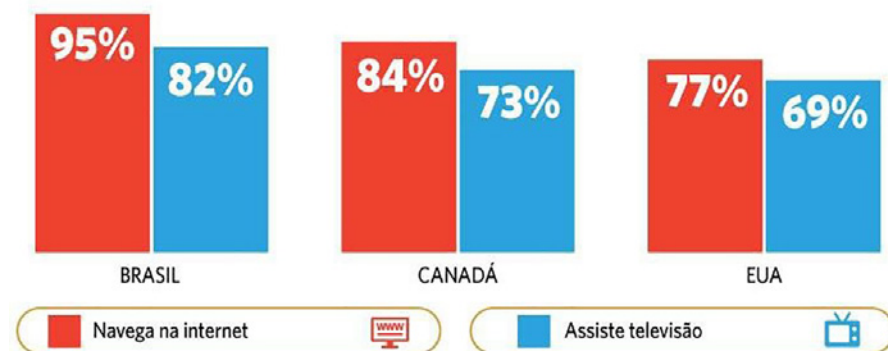
Assistem TV pelo celular



Fonte: pesquisas do IBOPE Inteligência – realizadas em agosto/2016

Gráfico 3:

Frequência de uso diário



Fonte: pesquisas do IBOPE Inteligência – realizadas em agosto/2016

são meios complementares, onde 72% de seus usuários buscam, nessa última, informações de algo que viram na televisão. O caráter de livre escolha nesses casos prevalece, pelo qual os usuários dispõem de facilidade de acesso escolhendo o momento em que desejam assistir os programas e, não, por imposição de horários rígidos.

Observa-se no gráfico 2, igualmente, uma frequência de uso diário daqueles que assistem à TV pelo celular, cuja participação e audiência no Brasil também são destaque em relação aos demais países pesquisados cujas condições socioeconômicas são bem mais elevadas que as do Brasil. Logo, abrem-se janelas comunicacionais na contemporaneidade sobre o relevante papel da televisão na formação da cidadania e da democracia por meio da convergência dos meios como motivador do conhecimento, do debate e da reflexão.

A importância das redes públicas de comunicação

A comunicação pública ganha especial destaque por não ter a sua programação vinculada aos aspectos mercadológicos

e publicitários, podendo exibir de forma ininterrupta aquilo que se propõe a fazer, ou seja, informar e levar conhecimento à sua audiência. Nesse aspecto as TVs Câmara, Senado e do Judiciário permitem o contato direto dos espectadores com os discursos elaborados nos respectivos ambientes das casas, cujas formulações são realizadas por diferentes atores, os quais se mostram em suas performances e argumentos.

Essas formulações, por sua vez, ganham ou não credibilidade no âmbito político e jurídico de acordo com a exposição dos argumentos e sustentação de cada parte, os quais por sua vez são avaliados por quem os assistem. Dá-se então a repercussão pública dos temas e debates que constituem por si mesmos a prática do exercício participativo e da publicidade, que são essenciais ao estado democrático e produz vitalidade para a formação de relações sociais pautadas pelo exercício do estado de direito.

A abordagem de temática variada de interesse público faz da integração dos sistemas de comunicação públicos e privados uma complexa teia de informação

que perpassa interesses específicos de cada lado e cuja extensão resvala aos mais variados segmentos e territórios, por conta das transmissões em rede, quando o assunto ou tema assim exige.

“Em geral, onde a democracia está, a comunicação pública também está”, afirma Sally-Ann Wilson, presidente executiva da Public Media Alliance (PMA), maior entidade representativa desse tipo de organização midiática no mundo. A PMA congrega 104 emissoras de rádio e TV de 54 países e atua pela manutenção da autonomia e independência dos veículos em casos de tentativas de interferência. Mesmo em países em que a comunicação pública é realmente bem-sucedida, há uma tensão constante para manter esse equilíbrio no que diz respeito às leis de meios e regulamentações.

A comunicação pública é complementar à comunicação privada e apresenta, entre seus objetivos fundamentais, o papel de informar, especialmente, temas de interesse público, colaborando de forma próxima para repercutir seus conteúdos sem o controle direto de seus produtores. Essa interação torna-se importante e estratégica para a formação de opiniões, independente do grau de informação dos diferentes públicos, já que propicia uma porta de entrada a uma participação mais ativa dos indivíduos. Ou, como destaca Dominique Wolton, os receptores continuam livres e críticos em relação ao grande volume de informação que recebem, pois utilizam de sua inteligência e experiência nessa interação e não apenas ficam restritos à sua formação educacional.

Forma-se assim o círculo virtuoso da cadeia informativa onde o público e o privado são parte fundamental do processo comunicacional cidadão, o qual contribui, por sua vez, para a formação e participação democráticas amplas no contexto de sociedades abertas como a brasileira, à medida que se amplia a integração de outros meios de comunicação dentro do conceito de convergência e expansão que são características desse início do século XXI.

A convergência dos meios de comunicação na democracia e seu papel mobilizador social

A tecnologia trouxe mudanças relevantes para o jornalismo e as instituições sociais que fazem parte da complexa teia de interações no conjunto das sociedades. Tal como destaca Pavlik, “o jornalismo desempenhou historicamente um papel central nos EUA e em outras democracias, servindo como fonte principal das notícias e informações para os cidadãos sobre assuntos de importância pública.” O resultado prático dessa influência se faz notar nas implicações e mudanças para a democracia sobre a qual a forma de jornalismo dinâmico produz cidadãos mais participantes e mais bem informa-

dos na arena política. A tecnologia digital, por sua vez, vem de encontro a essa multiplicidade de informação cujos impactos sobre os processos democráticos e deliberativos são profundos.

Por outro lado, é flagrante que as mudanças tecnológicas vêm desempenhando um importante papel disruptivo nas estruturas tradicionais e consolidadas das sociedades, onde efeitos se fazem notar sobre o comportamento coletivo. Ou seja, os padrões não se mantêm por muito tempo, tornando-se fluidos e maleáveis, como sugere Bauman. Deve-se destacar nesse aspecto que a democratização do acesso a diferentes tecnologias torna mais rápida a difusão de ideias sobre uma legião de indivíduos que é ao mesmo tempo receptora, produtora e disseminadora de informações e conteúdos que variam de acordo com os interesses plurais dessa enorme massa comunicante.

Contudo, é no ambiente sociopolítico efervescente que os meios de comunicação difusos se tornam indispensáveis disseminadores de propostas de mudanças no exercício democrático navegando, como enuncia Bauman, entre “o que deixou de ser e o que virá a ser”. Passamos assim por um estado de adaptação, onde não temos um mundo novo, mas um novo mundo em transformação, que gera incertezas enquanto durar o processo evolutivo, porém, disfuncional que caracteriza o período. Tradição e disrupção andam juntas no caminho dessa nova construção.

Mesmo que tenhamos multimeios em convergência, representados pela televisão, dispositivos móveis, Facebook, Twitter, Whatsapp, entre outros, interagindo no processo mobilizador, é importante destacar que o papel participativo cidadão se dá em diferentes estágios, interagindo níveis de engajamento, que vão da mobilização ao ativismo. Sobre esse processo, Silva destaca a necessidade de identificação desses níveis, que resultam em práticas diferenciadas entre si. Para o autor existem três formas básicas de engajamento, que são a aderência, a mobilização e o ativismo. A aderência diz respeito à forma básica de envolvimento online caracterizada pelo endosso, compartilhamento ou apoio do indivíduo a determinado tema ou causa, havendo nesse caso um baixo nível de comprometimento sobrepondo-se a identificação com o tema em destaque. Quando predomina a mobilização, registra-se um nível mediano de envolvimento na utilização de multimeios, ocorrendo quando indivíduos aderem a uma determinada causa endossando-a, repercutindo-a, agindo como um elemento disseminador em sua rede de contatos. Por fim, na ocorrência do ativismo, prevê-se um nível superior de envolvimento, pelo qual o indivíduo concentra forças e age sistematicamente

em prol de uma causa, formulando, disseminando e criando estratégias para mobilização e aderência para que o tema ganhe em visibilidade e repercuta em efeitos concretos na realidade.

Nota-se, entretanto, que mesmo ocorrendo alinhamentos entre os três níveis de participação, eles não se dariam de forma mais efetiva se não ocorressem elementos catalizadores conjunturais e mobilizadores na sociedade brasileira a fim de gerar as reações e manifestações em razão dos relevantes fatos políticos e jurídicos que tomaram conta do País nos últimos dez anos e que já foram destacados anteriormente. Essa relação de causa e efeito permeada pelos fatos, repercutidos pelos meios de comunicação convergentes e as reações sociais deles resultantes, só reforça a tese de que independente do grau de instrução e informação dos indivíduos existe juízo de valor sobre os acontecimentos, o que gera reações e movimentos de apoio ou contrários ao status quo dessas relações. Logo, o caráter difuso dos meios não é um impeditivo à compreensão da realidade, mas um incentivo à participação cidadã e à evolução do processo democrático.

Últimas considerações

A mídia social desempenha um papel de destaque na eclosão de movimentos sociais e protestos políticos, onde indivíduos conectados em massa praticam atos em defesa de sua participação cidadã com objetivos por vezes difusos, mas não indiferentes ao que se passa a seu redor, tornando todo esse processo dinâmico e gerador de decisões importantes para os destinos de uma nação e para a consolidação democrática.

O Brasil não fica, assim, distante de outras regiões do mundo onde os movimentos sociais tornaram-se comuns para manifestar insatisfações sobre temas específicos sobre os quais são exigidas mudanças. A popularidade, alcance e audiência das transmissões televisivas públicas, ampliadas por suas mais diferentes formas de recepção, tornaram-se elementos fundamentais para a construção do processo democrático na contemporaneidade, influenciando tanto em processos deliberativos quanto em decisões judiciais, já que o clamor das ruas não passa despercebido das estruturas oficiais de poder.

É, portanto, indispensável que haja continuidade dessa construção midiática na esfera pública, de modo que represente crescimento nos próprios conceitos de participação cidadã até hoje vigentes e que signifique a revitalização do debate da participação pública na tomada de decisões, rompendo com o dogma da aparente passividade de uma sociedade constituída de indivíduos meramente receptivos.

REFERÊNCIAS:

ANSINA, M (2009) A Construção da Notícia. Petrópolis > Ed. Vozes BAUMAN, Z (2011) Modernidade Líquida. Rio de Janeiro. Zahar

CASTELLS, M (1999) A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra

DAYAN, D (1999). A História em Directo. Coimbra: Mo-nerva.

DI FELICE, M (2017) "Democracia direta é tecnologicamen-te possível" - Entrevista. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=502ENO002> – acesso em 15/05/2017

DUARTE, J (2007) Comunicação Pública – estado, merca-do, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas

JENKIS, H (2009) Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph

MARTÍN-BARBERO, J; REY, G (2001). Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: SENAC

MARTIN- BARBERO, J (2009) Dos Meios à Mediação. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, PAVLIK, John V (2011) A tecnologia di-gital e o jornalismo: As implicações para a Democracia. Brazi-lian Journalism Research.

PORTO, M (2007) Televisão e Política no Brasil. Rio de Janeiro: E-papers

SILVA, Renato A V (2011) Os Ideais de Igualdade, Fraterni-dade e Liberdade na Prática Democrática: entre Rousseau e

Habermas – Revista Lumen et Virtus – Vol. II – nº 4 .

SILVA, Sivaldo P (2009) Democracia online: pressupostos teóricos e inovações estruturais na comunicação do Estado contemporâneo. Texto apresentado no III Congresso da Asso-ciação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (Compolítica). São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

Outras fontes de consulta

Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 - SECOM – Secretaria de Comunicação da Presidência da República - file:///C:/Users/re-nato%20vieira/Downloads/Pesquisa%20Brasileira%20de%20Mídia%20-%20PBM%202016.pdf – acesso em 16/05/2017

A internet no Brasil - <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.shtml> - acesso em 16/05/2017

Pesquisa sobre a internet no Brasil - <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-12/ibge-celular-se-consolida-como-o-principal-meio-de-acesso-internet-no-brasil> - acesso em 20/05/2017

Pesquisa IBOPE - <http://jc.ne10.uol.com.br/blogs/jcnegocios/2016/08/16/pesquisa-do-ibope-inteligencia-revela-espetacular-mercado-para-a-internet-como-plataforma-de-tv-no-brasil/> - acesso em 20/05/2017

Opinião pública e o congresso nacional <http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/221280/000664839.pdf?sequence=1> – acesso em 10/05/2017

Tecnologias e Educação: TVD e Inclusão Sociodigital¹

José Anderson Santos Cruz²
Thaís Conte Vargas³
UNESP

Resumo: O presente estudo aborda e discute a questão da Televisão Digital (TVD) na educação e a necessidade da formação continuada do professor. Pois, além de ser mediadora, nesta era digital, e de convergências tecnológicas e midiáticas, a TVD contribui para a formação e a difusão da informação e do conhecimento. A partir dos conceitos sobre a TVD, a educação assistida, e o contexto da inclusão e exclusão digital, buscamos dados que contribuam de forma relevante para a construção deste texto.

Palavras-chave: TV Digital, Educação Assistida, Formação Continuada, Tecnologias e Mediações Pedagógicas.

Abstract: The present study addresses and discusses the issue of Digital Television (DTV) in education and the need for continuing teacher training. Thus, in addition to being a mediator, in this digital age, technological and media convergence, TVD contributes to the formation and diffusion of information and knowledge. Based on the concepts about DTV, assisted education, and the context of digital inclusion and exclusion, we seek data that contribute in a relevant way to the construction of this text.

Keywords: Digital TV, Assisted Education, Continuing Education, Pedagogical Technologies and Mediations.

Introdução

O processo educativo vem passando por mudanças, e na medida em que as tecnologias são inseridas no processo da educação, a utilização destas passa a ter um âmbito mais ampliado, sendo vistas como mediadoras pedagógicas. Essa abordagem se torna pertinente, no âmbito global da educação, ao tratar de termos como a necessidade da formação continuada do professor, além das questões sobre inclusão e exclusão digital. Sendo assim, apresentar os conceitos da TVD no cenário atual, combinado com o uso das tecnologias para a educação, pode promover uma ampliação da compreensão das possibilidades advindas por esse cenário.

Nessa vertente, tecnologia e inovação, sendo inseridas no processo ensino-aprendizagem, promovem mudanças socioeconômicas, socioculturais e, principalmente, a questão de convergências tecnológicas no ensino e na formação profissional. Sendo a educação assistida mediada pela tecnologia, ela não só é mediadora no processo ensino-aprendizagem, mas também forma de aquisição de conteúdo individual. Não se descarta, porém, a presença do professor, devendo este corroborar esse processo.

Com isso, discutir a necessidade da formação profissional continuada, principalmente do docente, torna-se pertinente. E, na medida em que as tecnologias estão em sala de aula mediando o ensino-aprendizagem, os docentes precisam interagir e se adequar a essa realidade.

Contudo, adentrar na realidade atual é passear pelas salas de aula e observar

os discentes utilizando-se de ferramentas tecnológicas, com acesso à informação em tempo real, além da utilização da televisão como mediadora no processo de aprendizagem. No entanto, compreender a Educação Assistida por Televisão Digital (TVD) pode complementar o processo formativo e não apenas funcionar como mediadora no caso do Ensino à Distância (Ead). Sendo assim, o docente necessita se inteirar dos conteúdos para promover um ensino com eficiência e eficácia, e, para isso, este deve se especializar, uma das exigências das competências profissionais.

Portanto, a construção deste estudo deu-se a partir da metodologia da pesquisa descritiva. Segundo Barros e Lehfeld (2007), análise de publicações, explicação e abordagem sobre o tema, e coletas de dados, contribuem para o embasamento da pesquisa.

Tecnologias e Mediações Pedagógicas

Diante dos avanços e inovações tecnológicas, a educação passa por mudanças. E nesse contexto processual fomentado pelas TIC's, surge a necessidade da formação do docente através de vários espaços, como pós-graduações e especializações, pois este se torna mediador participante da ação pedagógica através do uso das tecnologias. Segundo Garcia (2012), a sociedade necessita de projetos de desenvolvimento, nos quais a educação deve desempenhar um papel de relevância, ou seja, uma ação e interação permanente para que as pessoas se tornem sujeitos autônomos, éticos, críticos e transformadores.

Nesse sentido, compreender a etimologia da Educação é pertinente para que possa ter uma compreensão da dimensão sobre a questão educacional. A palavra Educação vem do latim, sendo originada entre a combinação da partícula *ex* ou *extra*, cujo sentido "de dentro de", "para fora"; e da palavra, *ducere*, que tem sinônimo de "tirar", "levar". Com isso, o processo de educação, dar-se-á no sentido de tirar de dentro de alguém, ou expor para uma pessoa alguma coisa que está internalizada. A educação é considerada um processo desde as civilizações antigas. E nesse processo de ensino-aprendizagem as sociedades se utilizavam de mediações, como a escrita no pergaminho, as histórias sendo repassadas de geração em geração.

É na medida em que ocorre esse processo de tirar de dentro e pôr para fora que se desenvolve a formação e o aprendizado, segundo Castro (2007): "[...] a educação pelos processos – tem como objeto a realização integral do homem. Ela atende a questões práticas do desenvolvimento, embora não seja esse a construção do cidadão crítico". Sendo assim, a partir das novas mídias, além da inserção de outras tecnologias no ambiente educacional, forma-se um conjunto de mediações pedagógicas no processo de ensino-aprendizagem. Pois, a partir de novas tecnologias, sejam os computadores de última geração, iPad, iPhone, tablets, e com a implantação da TVD (TV Digital) ou SBTVD-T (Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre), fazer educação se torna, hoje, um tema muito discutido, pois parte-se do princípio de: "Novas

¹ Artigo baseado na apresentação da pesquisa na IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã 2013. Revisto e ampliado.

² Doutorando em Educação Escolar: Política e Gestão Educacional, FCLAr/UNESP, Araraquara/SP. Bolsista Capes. Mestre em Televisão Digital - PPGTVD: Informação e Conhecimento (atual Mídias e Tecnologias) FAAC/UNESP. Secretário Executivo/Assistente Editorial Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação (RIAE), FCLAr/UNESP e Universidad de Alcalá de Henares, Espanha e da Revista on line de Política e Gestão Educacional (RPG). E-mail: HYPERLINKmailto:joseandersonsantosacruz@gmail.com

³ Graduanda em Administração Pública na FCL/UNESP/Araraquara. Revisora da Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação. E-mail: thaiscontev@hotmail.com.

Tecnologias e Mediações Pedagógicas”. Essas discussões buscam entender a questão das novas tecnologias e mediações pedagógicas, ou seja, compreender as várias formas de aplicá-las no processo educacional, em salas de aula, na formação docente, e como pode ser mensurada, hoje, a questão do ensino-aprendizado.

Por conseguinte, se faz necessário o saber ensinar e saber educar, ambos com conceitos diferentes. O ato de ensinar se caracteriza pela organização e planejamento de ideias, as atividades didáticas para que possa oferecer ao aluno compreender áreas específicas do conhecimento (matemática, história, biologia, ciências sociais, antropologia). Enquanto o educar, além do foco ensinar, é permeado por ações como: integralizar todas as dimensões da vida, colaborar com o aluno para que ele possa encontrar o caminho intelectual, emocional e modificar a sociedade que temos, segundo Moran, Masetto e Behrens (2000, p. 12).

Diante disso, as novas mídias e inovações tecnológicas estão inseridas, inevitavelmente, no processo de ensinar e na educação. O processo de ensino de qualidade, por sua vez, envolve algumas vertentes: uma instituição inovadora, acesso a novas tecnologias, alunos engajados no saber científico e com capacidade de gerir equipes e grupos, além de um plano pedagógico coerente. Por conseguinte, essas novas mídias e tecnologias mediam o processo de ensinar e educar, sejam com uso da internet, redes sem fio, ambientes virtuais, tablets, iPad, Iphone, notebooks e por fim a TVD – Televisão Digital.

Com isso, um dos grandes desafios para o educador é colaborar à informação significativa, interagir com os alunos e ensinar-lhes a observar e analisar estas informações. Moran, Masetto e Behrens (2000, p. 24) apontam que o conhecimento é dado através do processo de interação, de comunicação. Na medida em que as tecnologias nos ajudam a realizar o que possivelmente já fazemos ou desejamos, ficamos abertos a colaborar para ampliar a comunicação. Assim sendo, através do acesso a tecnologias, o professor se torna um orientador/gestor do processo de aprendizagem, e, além disso, contribui para que o aluno esteja engajado neste processo de ensino-educação. Para Moran, Masetto e Behrens (2000, p. 31), um dos princípios metodológicos que norteiam esse processo é a integralização das tecnologias e novas mídias como mediadoras. Pois, dessa forma, elas integram o texto escrito, a comunicação oral, escrita, hipertextual, multimídia, aproximando as mídias para facilitar e possibilitar facilmente a troca de um meio para o outro. Ou seja, é necessário trazer o universo audiovisual para sala de aula, dentro da escola.

Os meios de comunicação e as tecno-

logias neste processo, principalmente, a televisão, desenvolvem formas sofisticadas e multidimensionais de comunicação sensorial (e neste caso estamos falando também da TV Digital). Por ser de certa forma uma nova tecnologia, a TV Digital como transmissão de conteúdos em alta definição, mobilidade, portabilidade e interfaces da comunicação produz um efeito de mediação pedagógica no ensino e na educação. Para tanto, retomamos a questão da necessidade da formação continuada dos docentes, para que estes sejam educados para os meios e possam utilizá-los para a educação.

Televisão Digital (TVD) e Educação: meios e afins

A Educação é sempre um tema pertinente para discussão, no qual pesquisar, discutir, dialogar, promover o conhecimento e melhorias em âmbito nacional para um processo educativo de qualidade. Porém para isto, se faz necessários que as organizações/instituições, alunos e profissionais estejam engajados para alcançar a excelência. Mas essa qualidade que se aplica não é somente na questão de um departamento, ou de uma área específica. Segundo Moran, Masetto e Behrens (2000, p. 11-14), o campo da educação está passando por mudanças, assim como as demais organizações. Percebe-se que a educação é o caminho para melhorar a sociedade e transformá-la em mais digna, compreensiva, e com uma visão ampliada sobre conhecimentos. De modo geral, existe um ensino mais problemático do que parece, pois diante disso, mesmo as melhores instituições são bastante desiguais nos seus cursos, metodologias, e apenas são divulgadas as áreas mais avançadas em alguns pontos. Para Moran, Masetto e Behrens (2000), entende-se que ensino e educação de qualidade é comumente mais caro e de custo elevado.

“Sendo necessário um estudo sobre a educação, as tecnologias e como as práticas pedagógicas podem contribuir para uma educação reflexiva, um conhecimento partindo do pressuposto das culturas e o avanço tecnológico na formação do indivíduo. Para isso, a comunicação, a educação e a cultura devem promover um diálogo, no qual a interatividade e criatividade estão intrinsecamente ligadas entre si para promover uma educação sem imposição ou pré-conceitos. Logo, a partir de uma interpretação, elaboração de produtos culturais com a análise de recursos, formatos, linguagens e conteúdos voltados para os veículos pedagógicos. Portanto, o estudo da educação para TV Digital torna-se fundamental para dar os primeiros passos para entender

as práticas e teorias pedagógicas e como a comunicação podem unir-se em prol para uma educação eficiente e participativa. Assim como a formação do futuro professor e sua adaptação às novas tecnologias (CRUZ, 2012, p. 91).”

Mas, diante destas questões, vivemos numa era digital, os meios de comunicação mediam o processo de ensino e contribuem para as novas formas de educar. Diante disso, comunicação e educação são temas para grandes discussões, favorecendo o mundo da pesquisa a desbravar cada vez mais essas questões, por exemplo: como melhorar o ensino, a educação; as novas tecnologias nas salas de aula; currículos escolares para serem integrados e corroborarem na disseminação da informação, gerando conhecimento.

No entanto, a Televisão Digital – TVD entra em cena, e, claro, se discute o seu uso na educação, e no processo de ensino, como mediadora, mas é necessário compreender que Educação Assistida é muito mais que educar ou ensinar, e sim formar pessoas. Para Moran, Masetto e Behrens (2000, p. 38), a televisão também é escrita, além disso, televisão e vídeo são sensoriais, visuais, linguagem falada. Considerando que ainda nos seduzem e encontraram uma forma de nos comunicar com o mundo e com a maioria das pessoas. Para Ferreira (2011, p.343), a “TVD é considerada por alguns autores como uma nova mídia, pois ela traz características do computador e da televisão”. Logo, entra em cena a questão da Convergência tecnológica e plataformas para o uso na educação.

A televisão digital é muito mais do que imagem em alta definição, ela nos traz mobilidade, portabilidade, e entramos numa era digital, ou seja, vivemos cercados pelas convergências, sejam tecnológicas ou midiáticas. Ao adentrarmos na questão da TVD, não é somente o aparelho de televisão como eletrodoméstico que estamos abordando, mas sim sua presença nos ipads, iphones, o acesso pelos notebooks, enfim, essa convergência media o ensino e a educação, e tais tecnologias produzem a informação, geram conhecimento e são mediadoras no processo pedagógico. Pois, com apenas o acesso à internet, a TVD está sendo acessada nos locais que seu sinal é transmitido. Nos dias atuais se assiste a TVD pelo computador. Bem, a partir disso, é fato que a TVD está inserida na educação, e aqui se discute o seu uso como meio para a finalidade de ensinar, formar o aluno, além de transformá-lo em um cidadão atuante na sua sociedade.

Estamos vivenciando as mudanças da passagem de um modelo analógico para um modelo digital; além disso, a transformação de uma mídia que se constituiu como principal papel de meio de

comunicação, entretenimento, e difusão de informação e cultura. Segundo Ferraz e Soldati (2011, p. 49), “[...] exercendo também, um papel importante e fundamental na difusão da língua portuguesa e da cultura nacional, sendo um forte veículo de integração nacional e divulgação da nossa cultura no exterior”.

Percebe-se o sujeito-receptor, cidadão, telespectador, não como um ser ativo no processo de comunicação, mas também um cidadão interativo na relação com o emissor e com a mensagem. Para Veloso (2012, s/p), “[...] pretende sim, entendê-la com um recurso cuja importância só é evidenciada a partir de sua conexão com os demais fatores que constituem o próprio exercício profissional”. E essas mudanças tecnológicas no final do século XX, em tempo real e informatizado, impõem uma necessidade de absorver de forma imediata e assimilar instantaneamente a informação. Para Ferraz e Soldati (2011), “[...] o acesso à informação é um desejo que acompanha todas as sociedades”.

Tecnologias e Educação: TVD e Inclusão Sociodigital

A inclusão e disponibilização do acesso às tecnologias de informação e comunicação ao maior número de pessoas estão sendo abordadas. Segundo Costa (2013, p. 66), em 2011, o acesso à rede dobrou, sendo 65% entre os estudantes da Rede Pública contra 96,2% da Rede Privada; além disso, em 2012, um crescimento significativo também foi registrado entre os estudantes que possuem telefone celular e computador: a taxa da Rede Pública é de 62% contra 94% da Rede Privada. Diante desse contexto, refletiu-se sobre o SBTVD-T (Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre), lançado pelo Decreto 5.820/2006, sendo que o governo brasileiro optou pela forma técnica a partir de pressões políticas. A implantação da TVD foi seguida por várias transformações em sua trajetória, desde as pesquisas feitas pelos consórcios, pesquisadores, análises do sistema digital americano, japonês, a liberação dos decretos e, por fim, já que ainda continua o processo da implantação do sinal digital pelo Brasil, os estudos que buscam otimizar este processo e buscar soluções, melhorias que envolvem um conjunto de vários caminhos. Com isso, envolveu-se pesquisadores de várias áreas, tanto da parte técnica, como sociais, educadores, a fim de desenvolver um sistema que atendesse às necessidades da sociedade brasileira, e também se inclui nesse pacote a conexão à internet. Segundo Gobbi e Kerbaui (2010, p. 24), “[...] a questão dos esforços para o acesso da população nacional à nova plataforma de comunicação, que deve ser democrática, permitindo a inclusão social-tecnológica”. E, na vertente da inclusão sociodigital, a TVD

pode contribuir para a transformação da educação, principalmente, para a formação de cidadãos, e não apenas em consumidores, seja de produtos, entretenimento, bem como de informação. Porém, são necessários esforços para se construir políticas públicas que realmente possam contribuir para esta inclusão.

Neste texto, abordamos alguns pontos sobre a questão da inclusão sociodigital, suas necessidades, olhares de alguns autores, não cabendo aqui conceituar a inclusão digital, sociodigital, mas, sim, observar e possivelmente discutir como seria essa inclusão. Para Bittencourt (2007, p. 84), a televisão digital em nenhum dos países como Japão, EUA ou os europeus, foi uma ferramenta de inclusão digital. Ao se falar em inclusão digital, não se fala apenas sobre uma caixa conversora barata para receber TVD, refere-se à implantação e fortes investimentos nos centros de pesquisas, principalmente, as universidades.

Segundo Pretto e Ferreira (2007, p.38), a educação, nos últimos anos, vem passando por várias mudanças, seja no ensino presencial ou à distância, principalmente, com o advento das TIC's e da TVD. E, atualmente, novos espaços, formas e ambientes que utilizam diversas mídias têm sido desenvolvidos para a educação. Diante disso, termina-se o período da educação no sentido em que o professor dá o conteúdo e o aluno apenas interage, hoje a educação está dialogada, inserindo o aluno nas tecnologias e assim multiplicando o saber. Na educação passada, embora ainda a tenhamos no presente, a questão de o aluno apenas ouvir e copiar já está em declínio, e a educação na era digital torna o professor e o aluno autores e coautores da informação e reconhecimento em tempo real.

A educação é uma das formas, se não a principal, de inserir o indivíduo na sociedade a partir de sua formação, com isso, uma das preocupações é a inserção sociodigital dos cidadãos brasileiros. Segundo Pretto e Ferreira (2007, p.39), “[...] é notório que a educação instituída, pautada no paradigma da transmissão (emissão e recepção), não cabe mais na sociedade contemporânea, na qual os sujeitos estão interagindo nos espaços socioculturais e na cibercultura”. O entendimento nos leva a corroborar para o avanço da cidadania e a inclusão sociodigital para os socioeconomicamente desligados pela sua condição financeira; além disso, é necessário tratar da questão da inclusão das gerações que não utilizavam tecnologias e se veem hoje na necessidade de interagir com as mesmas. Nessa trajetória, se pode observar que projetos foram criados e implantados para inserir as tecnologias na educação como estratégia de aperfeiçoar, melhorar o processo de ensino e aprendizagem: Educom (1983), o Cied (1986), a TV Es-

cola (1996) e o Proinfo (1997).

Para Veloso (2012), não é difícil de perceber que nesta atualidade em que a sociedade se encontra, era digital, de convergências, a da TVD têm sido marcada por várias situações e uma delas é a exclusão digital, e ao mesmo tempo em que há a necessidade da inclusão digital. Na questão da exclusão digital, o acirramento das desigualdades sociais que ao mesmo tempo segue o desenvolvimento cada vez mais acelerado das TIC's, o autor levanta reflexões críticas sobre a questão dos avanços tecnológicos e de seus impactos para as relações sociais. Mas ao mesmo tempo, ao olhar classes sociais menos favorecidas e como estão sendo incluídas no processo de inclusão digital, cita que não basta ter acesso à tecnologia, a computadores, mas principalmente, saber como utilizá-las e para que servem.

Há algum tempo, a televisão analógica foi inserida no contexto escolar, mas não havia um preparo real do docente para utilizá-la de forma crítica, visando propor ao aluno uma releitura do conteúdo, da informação, a possibilidade de discutir de forma crítica a inserção do meio de comunicação. Para Pretto e Ferreira (2007, p. 41-42), a televisão digital, talvez, seja de fato, uma das maiores possibilidades de democratização. Contudo, se pudermos inseri-la através de uma perspectiva de inclusão sociodigital, contribuir-se-á para o crescimento do cidadão com um olhar mais crítico sobre as mídias e os meios, conforme está preconizado no Decreto 4.901/2003, ao instituir o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre. Os autores continuam com seu ponto de vista, em que para ter uma comunicação democrática, o sistema brasileiro precisará priorizar a TV digital aberta e igual para todos. Segundo Ferreira (2011, p.361), as redes possibilitam a articulação da cultura e dos movimentos informacionais, que de certa forma são capazes de propor alternativas desejáveis e viáveis, com a implantação dos meios de comunicação e das tecnologias em todas as escolas e no ensino superior, e propor uma educação para os meios.

E, através das redes digitais que o cidadão tem a condição de interagir além das tecnologias, e estar inserido na sociedade com visão crítica, produzindo, e expressar suas ideias, seus valores, sentimentos e sua percepção de mundo. Contudo, a autora afirma que o número de pessoas que acessam as redes digitais ainda é pequeno no Brasil e no mundo, mas crescente, como informa Cosa (2013, p. 66-67). Porém, ainda se encontra a questão socioeconômica, pois para as famílias de baixa renda se torna difícil a aquisição do decodificador, ou seja, o aparelho para recepção do sinal digital, e uma boa parcela se encontra com aparelhos analógicos, uma das discussões sobre TVD e a inclusão digital.

“Nessa perspectiva, o grande desafio que se coloca para o Brasil, neste milênio, é a inserção de todos os brasileiros no uso das TIC's, e, mais precisamente, da internet – a grande rede digital. Essa inserção far-se-á igualmente por meio da TV digital, somente se forem dadas as condições econômicas, políticas e tecnológicas para que isso aconteça (FERREIRA, 2011, P. 362).”

Por fim, a questão da inclusão digital atinge também os profissionais da educação, pois para o ensino é necessário que os docentes saibam lidar com as novas tecnologias e mediar o processo de ensino e aprendizagem a partir do uso das TIC's. Na medida em que se discute a educação, principalmente, com a presença da TVD, entra-se em diversas e polêmicas questões, sendo a primeira que a discussão sobre TVD no Brasil não poderá passar despercebida por grande parte da sociedade, entre a qual incluem-se de forma lamentável alguns educadores. Segundo Pretto e Ferreira (2007, p.47), para pensar em TVD democrática e interativa se faz necessário inserir tais discussões em espaços públicos, de forma mais intensa em universidades, escolas, e em especial nos centros formadores de professores.

Formação Profissional Continuada: o Docente no Ensino Superior

O processo de formação é para toda a vida, e, como seres humanos, temos várias possibilidades de aprender de forma permanente, tanto no nível sociocultural, sociopolítico, socioeconômico, como profissionalmente, nas relações e interações que acontecem em nossa volta e nos diferentes ambientes. Sendo que a formação, o aprender, é mais do que receber ou adquirir informações, processá-las para o conhecimento ou poder compreendê-las. Segundo Alvarado-Prada, Freitas e Freitas (2010, p. 369), a formação é um processo de aprendizagem que acontece de forma individual ou coletivamente dentro da cultura, incorporando-a, criando e recriando-a.

“A formação como processo de aprendizagem requer compreender as múltiplas relações dos diversos conhecimentos nas dimensões ideológicas, políticas, sociais, epistemológicas, filosóficas e/ou da área específica do conhecimento que se quer aprender. Porém, o processo de aprendizagem acontece quando, conscientemente (isto é, passado pela crítica), se incorporam ou não ao desenvolvimento individual e coletivo esses conhecimentos e as relações que os constituem. A incorporação dessas relações depende de fatores históricos

de cada pessoa, de fatores sociais cujas interações acontecem nos diversos contextos da cultura humana, das teceduras dessas relações de que cada pessoa e os coletivos fazem parte (ALVARADO-PRADA et al., 2008).”

A educação tem um papel relevante para a sociedade, sendo ela transformadora, ou seja, transformando os cidadãos em sujeitos autônomos, críticos, éticos, e por sua vez transformadores. Porém, é visto que a sociedade necessita de projetos coletivos para um desenvolvimento mais crítico e acesso mais abrangente às tecnologias de informação e comunicação. Nesse sentido, Garcia (2012, p. 3) comenta que a educação é um processo amplo, e que se produz de forma singular: na medida em que existe esta produção, ela é mediada pelo outro. Sendo assim a formação continuada de professores, que sempre esteve ligada ao sentido de se atualizar ou de manter uma educação permanente que permitisse passar aos alunos aqueles conhecimentos científicos atualizados (Alvorada-Prada, Freitas e Freitas, 2010, p. 372).

No entanto, diante desta perspectiva de mediação, a educação e o ensino também passam a ser mediados pelas tecnologias, e em vista disso, a TVD se torna mediadora, envolvendo o aluno com seus conteúdos e, devido a sua mobilidade e portabilidade, dissemina a informação e a cultura do País em nível mundial. Essa disseminação se dá pelos programas transmitidos, e com os conteúdos educacionais ou de entretenimento se produz a informação, o conhecimento compartilhando, o saber, a cultura e os grupos inseridos na rede.

“Mediar é uma forma coletiva de aprender com e dos alunos que fazem parte do espaço escolar implica o desenvolvimento contínuo de atividades de aprendizagem por parte dos mediadores dessas atividades, de tal modo que, com a própria mediação, construam as bases para seu exercício profissional. (ALVARADA-PRADA, FREITAS E FREITAS, 2010, p. 380)”

A partir desse contexto, o ambiente acadêmico, os objetivos de ensino e os docentes atuam como profissionais de ensino e aprendizagem. Diante disso, temos que: “com a LDB n. 9394/96 (BRASIL, 1996), ficou determinado que, para atuar na educação básica, era necessário possuir nível superior em licenciatura ou normal superior e, para se alcançar esse objetivo, ficou estabelecido como data-limite o ano de 2007” (Alvorada-Prada, Freitas e Freitas, 2010, p. 373).

“A formação de professores continua sendo um dos principais problemas da educação. Entretanto, existem problemas estruturais da sociedade e da educação que condicionam esta formação e concretamente a formação continuada da que tratamos neste texto. Existem problemas da ordem política, cultural, econômica, conceitual e outras, porém, neste texto pretendíamos enunciar tais problemas de forma a dar lugar a propostas, não como um dever ser, mas como experiências realizadas¹³ que sirvam de subsídios para gerar outras, conforme os interesses e necessidades dos coletivos escolares em seus espaços. (Alvorada-Prada, Freitas e Freitas, 2010, p. 384)”

Nesse contexto, existe a necessidade da formação profissional continuada para os profissionais de educação, sendo ainda necessárias políticas públicas que engajem esta situação para uma educação e ensino de qualidade. Segundo Moran, Masseto e Behrens (2000, p. 12), o ensino se estabelece através da organização de uma série de atividades didáticas para colaborar no conhecimento de áreas distintas, enquanto a educação, além de ensinar, possui o objetivo de contribuir na integração entre ensino e a vida, reflexão, ética, atitude, ação. Porém, diante das novas tecnologias e mediações pedagógicas com a utilização dos meios de comunicação, busca-se por um ensino e educação de qualidade, e como já vimos anteriormente, são conceitos diferentes. Para Garcia (2012, p.4), existe a necessidade da busca pelas habilidades acadêmicas, capacidades de comunicação, competências para usar as tecnologias, as quais visam à formação profissional contínua.

A realidade na educação hoje é a necessidade do uso das tecnologias, sejam os meios, sejam as plataformas (como ambientes virtuais), em todos os níveis de ensino (mas aqui se discute no ensino superior), e cada vez mais se exige dos profissionais de educação a utilização destas ferramentas. Segundo Garcia (2012, p. 5), “[...] investir na formação de professores, e que estes participem no processo de elaboração de projetos sólidos, e a comunidade possa participar junto”. Porém, para Veloso (2012, p. 67), “[...] a formação profissional tem um papel importante para uma adequada incorporação das TIC's ao trabalho, e precisa dar conta das principais questões referentes não só ao uso operacional, mas também a desmistificação e superação da resistência em relação ao seu uso”.

A formação profissional continuada tem como objetivo oferecer ao docente a condição de se especializar, aprender novos horizontes e, na medida em que avançam a informação e o conhecimen-

to, são devolvidos à sociedade através do ensino e da educação. Logo, pressupõe que essa devolução ocorre através do ensino e da educação de qualidade, favorecendo a todos, e, com isso, media a informação, gerando o conhecimento, e por fim a inserção do uso das tecnologias em suas práticas educacionais e no processo ensino e aprendizagem. Para Garcia (2012, p. 6-8), o formato que sustenta a formação continuada é o modelo clássico, e estes são fragmentados e interligados à passividade do profissional docente. A questão da formação continuada mediante a utilização das TIC's no processo de ensino e aprendizagem, e dentro desse contexto, apresenta as seguintes exigências: - superar o desafio do professor forasteiro digital; - superar o desafio da formação contínua no modelo da racionalidade técnica; - superar a deficiência da formação inicial; - superar o desafio em relação ao funcionamento das instituições devido à questão cultural de cada escola.

Por isso, o investimento para a formação não deve estar baseado somente no uso das TIC's, mas numa visão conjunta em relação a ensino, aprendizagem, educação e os meios de comunicação. Pois, se torna necessário interagir, participar junto com a comunidade, e além de cumprir a questão da LDB 9394/96 só para fins de certificação ou uma exigência da lei, se deve contribuir para uma educação e ensino de qualidade. No entanto, Santos (2012) aponta que a sociedade da informação exige a apropriação dos conhecimentos, e por outro lado as políticas públicas não conseguiram a inclusão da totalidade de suas instituições de ensino no mundo digital. Com isso, o professor possui dificuldades de se inserir nas tecnologias na condição de produção e estar sintonizado na cultura digital dos alunos.

Considerações Finais

Abordar e discutir a educação se torna pertinente para a relevância da construção de um ensino e uma educação de

qualidade. Tendo em vista a tendência das mediações tecnológicas e a necessidade de uma formação profissional contínua, e de acordo com a visão apresentado no decorrer do texto, os conceitos são diferentes para o ensino e para uma educação de qualidade. No entanto, a educação vem passando por mudanças diante dessa era digital, de convergências tecnológicas e midiáticas, além das tecnologias de informação e comunicação que cada vez mais estão sendo inseridas no cenário educacional, estas sendo mediadoras pedagógicas no processo de ensino e aprendizagem que favorecem o crescimento e a inclusão sociodigital. Na medida em que as inovações tecnológicas avançam, surgem as novas formas de educar e ensinar, mas também se discute como essas inovações inserem os cidadãos na sociedade, transformando-os em pessoas com um olhar mais crítico no contexto sociocultural, sociopolítico, socioeconômico, com informação e conhecimento para uma sociedade cada vez mais justa e colaborativa.

O texto se utilizou de uma pesquisa analítica, da Revista Isto É, na construção da informação a partir de dados já publicados e discussões sobre os temas aqui apresentados, mas ainda é amplo o campo de discussão, sendo necessário pesquisas e apresentações de políticas públicas mais aplicáveis. E no que tange à implantação da TVD, esta que para alguns países não foi sinônimo de inserção social, fato é que se faz necessário um estudo mais aplicável sobre o tema, pois diante deste contexto ainda temos uma parcela da sociedade excluída das questões culturais, econômicas e políticas devido a sua posição social ser menos favorecida.

Sendo assim, diante das Tecnologias, a construção da Informação é cada vez mais ágil e em tempo real, mas no contexto da educação e do ato de ensinar, a preocupação é como gerir o Conhecimento, e como os profissionais da educação, principalmente, o docente, observa a questão do ensino superior, como estes

estão se preparando através da Formação Continuada, pois entende-se que há uma necessidade para que haja uma educação e ensino de qualidade. Logo, os profissionais de educação e de ensino precisam ter uma formação contínua, estar relacionados com as tecnologias, e participarem do processo de ensino e aprendizagem; por mais que as tecnologias estejam na sala de aula, e estejam mediando a informação, a construção do conhecimento, a presença do docente é necessária para desenvolver através de uma mediação as informações geradas pelas tecnologias de informação e comunicação, e, nesse cenário, surge a questão da TVD e seu uso aplicado à educação. Sabe-se que é necessário integrar tanto uma parte dos profissionais quanto uma parcela da sociedade na era digital. Hoje, encontramos os emergentes na utilização das tecnologias (ou seja, há os nativos, que por sua vez já nascem no cenário tecnológico, e os emergentes, que são aqueles que estão se adaptando, e inserindo as TIC's no seu dia a dia). Nesse viés, alguns docentes ainda precisam aderir ao uso das TIC's, como mediadoras pedagógicas, e saberem lidar não só com a questão técnica, mas também como usá-las em prol de uma educação e um ensino de qualidade.

Portanto, para adentrar no contexto das tecnologias, saber utilizá-las, é preciso investir numa formação profissional contínua para que haja um crescimento de via dupla. É preciso políticas públicas mais claras, pois, de certa forma, é possível identificar aquela formação apenas para mudança de cargo ou gratificação salarial, e a formação continuada está além; essa questão é muito mais ampla, e isso cada vez mais é discutido, tanto no âmbito acadêmico quanto acerca das questões sociopolíticas, socioculturais, socioeconômicas; claro que aqui apresentamos uma pequena amostra, sendo pertinente a continuidade deste estudo para formar, apresentar protocolos e projetos de formação contínua com o foco na educação e no ensino de qualidade.

REFERÊNCIAS:

- ALVARADO-PRADA, L. E. et al. Ações municipais de formação continuada de professores na região de Uberaba. In: Encontro de pesquisa em educação da ANPED da região Centro-Oeste, 9., 2008, Taguatinga. Anais Taguatinga: ANPED, 2008. p. 1103-1116.
- ALVARADO-PRADA, Luis Eduardo. FREITAS, Thaís Campos. FREITAS, Cinara Aline. Formação continuada de professores: alguns conceitos, interesses, necessidades e propostas. Disponível em: <<http://www2.pucpr.br/reol/index.php/dialogo?dd1=3614&dd99=view>>. Acesso em: 20 maio 2016.
- BARROS, Aidil Jesus da Silveira. LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. Fundamentos de Metodologia Científica. 3ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- BITTENCOURT, Fernando. TV aberta brasileira: o impacto da digitalização. IN: LODI, Instituto Euvaldo. Núcleo Central. TV Digital: qualidade e interatividade. IEL/NC. Brasília: IEL/NC, 2007. 160p.
- CASTRO, Cossete. EaD e TV Digital: a co-autoria na aprendizagem. IN: LODI, Instituto Euvaldo. Núcleo Central. TV Digital: qualidade e interatividade. IEL/NC. Brasília: IEL/NC, 2007. 160p.
- COSTA, Rachel. A realidade da Tecnologia na Educação: A Escola de 2014, 2016 e 2018 - O que vem por aí. Isto É, Rio de Janeiro, v. 2272, n. 1, p.66-69, 05 jun. 2013. Semanal.
- CRUZ, Jose Anderson Santos. Educação, comunicação, tv digital, o conhecimento, a teoria e prática: Uma reflexão do aprendizado. Caderno de resumos do 19º Fórum anual de Iniciação Científica, realizado em Bauru, 5 a 8 de novembro de 2012 / Bauru: Universidade Sagrado Coração – 2012. 173p. ISSN 19838271 V.01, p. 91. Disponível em: <http://www.usc.br/pos_graduacao/Caderno_IC_2012_XIX_Forum.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2017.
- FERRAZ, Ernani. SOLDATI, Viviane. TV Digital e educação para novos tempos. ALCEU – v. 12 –n.23 – p. 49 a 61 – jul./dez. 2011. Disponível em: <<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Artigo4%20Ernani%20Ferraz%20e%20Viviane%20Soldati.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2017.
- FERREIRA, Simone de Lucena. A educação na era da TV digital: interfaces e conexões. ED – Educ. Tem. Dig., Campinas, v.12, n.esp., p.343-364, mar. 2011 – ISSN: 1676-2592. Disponível em: <<http://educa.fcc.org.br/pdf/etd/v12n03/v12n03a20.pdf>>. Acesso em 27 maio 2013.
- GARCIA, Paulo Sérgio. Edição Especial: Formação de professores, tecnologia e qualidade da educação. IN: Salto para o Futuro. Ano XXII – Boletim 6 – junho 2012. ISSN 1982-0283.
- GOBBI, Maria Cristina. KERBAUY, Maria Teresa Miceli. Televisão Digital: Informação e Conhecimento. São Paulo, Cultura Acadêmica - Editora UNESP, 2010.
- MORAN, José Manuel. MASETTO, Marcos T. BEHRENS, Marilda Aparecida. Novas tecnologias e mediação pedagógica. 18ª edição. Campinas, SP. Editora Papirus, 2010. 173p.
- SANTOS, Ezicléia Tavares. A formação dos professores para o uso das tecnologias digitais nos GS. Formação de Profissionais da Educação e comunicação da ANPED de 2000 a 2008.
- TRAMONTE, Cristiana et al. A comunicação na aldeia global: cidadãos do planeta face à explosão dos meios de comunicação. Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 2005.
- VELOSO, Renato. Tecnologias da Informação e Comunicação. Ed. Saraiva. São Paulo, 2012.

A sociabilização da TV digital brasileira: políticas, direitos autorais e licenças criativas

Lucio Marcos do Bom Conselho¹
Faculdade Cotemig

Resumo: Em 2006, foi criado o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), sendo ainda implementado até os dias atuais. O objetivo do presente artigo é analisar o uso da licença Creative Commons no SBTVD. O compartilhamento de conteúdo digital por meio de licenças Creative Commons poderá potencializar a educação e o desenvolvimento local no âmbito do SBTVD, com características de inovação social. Foi utilizada a metodologia qualitativa consistente em pesquisa bibliográfica e documental, juntamente com observações e experiências perceptivas. Como conclusão, o artigo recomenda o uso da licença Creative Commons como forma de sociabilizar conteúdos na TV Digital, propiciando a educação e o desenvolvimento local.

Palavras-Chave: Direitos Autorais. Sistema Brasileiro de Televisão Digital. Creative Commons. Educação. Desenvolvimento Local.

Abstract: In 2006, the Brazilian Digital Television System (SBTVD) was created, still being implemented until today. The purpose of this paper is to analyze the use of the Creative Commons license in SBTVD. The digital content sharing through Creative Commons licenses can enhance education and the local development within the SBTVD, with characteristics of social innovation. It was used in a consistent qualitative methodology in bibliographic and documentary research, along with observations and perceptual experiences. In conclusion, the article recommends the use of Creative Commons license as a way to socialize contents on the Digital TV, providing education and local development.

Keywords: Copyright. Brazilian Digital Television System. Creative Commons. Education. Local development.

Considerações Iniciais

No ano de 2006, o Brasil partia para a grande revolução da tecnologia na sua televisão, a implantação da TV Digital, criando-se o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), por meio do Decreto nº 5.820/06, que estabeleceu as diretrizes para que as emissoras e retransmissoras de televisão migrem do sistema de transmissão analógico para o digital. Contudo, se há uma revolução nos sistemas de transmissão e recepção dos canais de televisão, no entanto, há pouca discussão sobre as questões sociais que envolvem tal transição.

Entre as variáveis, interessa aqui, em especial, uma oportunidade e um problema recorrente dessa mesma oportunidade. A oportunidade é o compartilhamento de conteúdos audiovisuais, em todas as direções: emissora de TV para telespectador, telespectador para emissora, emissora para emissora, telespectador para telespectador. O problema decorrente da oportunidade é saber como ficam os direitos autorais dessas obras audiovisuais e como sua negociação e liberação podem ter seus trâmites legais facilitados e, com isso, proporcionar um compartilhamento de conteúdo que favoreça a educação e o desenvolvimento local.

O referencial teórico orientador do desenvolvimento do presente artigo tem como base o cenário do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (televisão aberta - radiodifusão), levantando-se, dentro de um recorte de tempo, a produção teórica sobre o tema aqui discorrido, evidenciando as novas ideias e possibilidades.

Dessa forma, ao levantar o estado da arte sobre o tema e cenário, mencionase ainda a conceituação das licenças de direitos autorais, em especial o Creative Commons e a sua usabilidade e aderência à hipótese proposta no presente artigo.

Sistema Brasileiro de Televisão Digital

Atualmente, uma das normas balizadoras do SBTVD é o do Decreto nº 5.820/06 que fixou data para a implementação plena do SBTVD até 2018 e definiu importantes premissas (BRASIL, 2006):

Art. 6º O SBTVD-T possibilitará:
I - transmissão digital em alta definição (HDTV) e em definição padrão (SDTV);
II - transmissão digital simultânea para recepção fixa, móvel e portátil; e
III - interatividade. (BRASIL, 2006, grifo nosso).

A migração do sistema analógico para o digital proporcionaria a interatividade prevista em lei, permitindo o uso de canais de retorno e meios híbridos de comunicação, possibilitando a participação social.

A TV Digital tem o potencial de proporcionar a interatividade do telespectador com a emissora, como em uma rede colaborativa, favorecendo o surgimento de novos modelos de negócio. Mas esse potencial somente ocorrerá se houver um engajamento dos vários setores e personagens de telecomunicação da sociedade.

Esse engajamento dos setores pôde ser

percebido no projeto Ginga, que é um programa de computador middleware desenvolvido para permitir diversas funcionalidades da TV Digital, tal como a interatividade, atendendo à demanda social que se imaginava para a TV Digital.

Mas percebe-se que o GINGA não está sendo plenamente utilizado, como adverte Becker (2015):

“Apesar do otimismo inicial, hoje claramente a adoção do Ginga não aconteceu. As principais emissoras do País, especialmente em São Paulo e Rio de Janeiro, mantêm constantemente aplicações no ar. Essas aplicações estão restritas a informações adicionais à programação, com pouca ou nenhuma participação efetiva do telespectador. A exceção de uma ou outra enquete, não há como o telespectador enviar qualquer informação para os produtores de conteúdo. Considerando todos os recursos disponíveis nas normas da ABNT que regulamentam o Ginga, hoje não se utiliza nem 25% do potencial da ferramenta. (BECKER, 2015, p. 150).”

As emissoras e os próprios telespectadores devem se apropriar dessa tecnologia digital, uma vez que ela torna possível oferecer várias imagens obtidas por diversas câmeras e vários áudios captados por diversos microfones, simultaneamente, com o canal de retorno interativo.

É o que ocorre com vários programas

televisivos, nos quais o telespectador pode escolher qual ângulo deseja ver¹. Tornou-se possível, ainda, assistir conteúdo televisivo no celular, tablet e mesmo por meio de computadores ligados à internet.

O que mudou foi a forma de transmissão e recepção do conteúdo exibido pela TV. Para Cannito (2010, p. 74), “novas técnicas possibilitam menos perda e, principalmente, mais retorno ao usuário, criando-se diferentes possibilidades interativas”.

Vale lembrar que, no Brasil, o sinal analógico deverá ser desligado até 2018, ficando somente os sistemas de radiodifusão digital, que propiciará a melhoria de imagem e conteúdo do sistema brasileiro de televisão.

Cannito (2010) contextualiza bem esse novo modelo de negócio:

“Não há mais tanto sentido em separar as mídias, tudo é conteúdo digital e pode ser convertido em suportes diferentes; as empresas não mais se definem como produtoras de uma mídia (revista, internet, televisão, etc.), e sim como produtoras de conteúdo. [...] provedores de TV por assinatura podem dar acesso à internet de banda larga e empresas de TV aberta podem fazer acordos com provedores para colocar seu conteúdo na web. Os ramos de comunicação hoje ainda separados serão todos interligados, é um movimento que já existe. A Rede Globo, por exemplo, já é acessada na internet e, em breve, poderá ser também no celular (CANNITO, 2010, p. 84).”

Atualmente, a Rede Globo já disponibiliza o aplicativo chamado Globo Play que torna possível ao usuário assistir vídeos com trechos da programação exibida na televisão. Destaca-se que a monetização para esse novo modelo de negócio vem, principalmente, da exibição de um pequeno comercial de 30 segundos antes da exibição do vídeo escolhido pelo espectador. O uso desse tipo de aplicativo já está sendo acompanhado pelas demais emissoras de televisão.

No entanto, a interatividade do usuário da TV digital não está restrita apenas à escolha de programas que, eventualmente, tenham passado na grade usual da TV aberta. A interatividade também está em agregar novos conteúdos ao conteúdo original, ou mesmo a mudança do ângulo de visão. Cannito (2010) contextualiza:

“Isso significa que a interatividade na TV digital prevê não apenas recursos que possibilitem visualizar a sinopse de filmes, câmeras

simultâneas em diferentes ângulos, informações complementares em hipertexto, etc., mas também a intervenção do espectador no andamento do programa, graças ao canal de retorno (CANNITO, 2010, p. 147).”

Assim, sobre esse aspecto da interatividade, já é possível ao espectador influenciar na programação, fazer compras, mandar postagens e várias outras experiências audiovisuais interativas.

Ainda é embrionária a experiência no País de utilização do canal de retorno, mas tal experiência em outros países já é uma realidade, seja utilizando-se o próprio aparelho de televisão, seja por meio de outros aparelhos, tais como smartphones e tablets, o que é chamado de “2ª tela”.

Exemplo de experiência de interatividade com o uso da 2ª tela nos EUA, são os programas da FOX, nos quais é exibido uma série de televisão e, através do tablet, o espectador pode comprar a roupa que a atriz está usando.

Outro exemplo mais perto da realidade brasileira e ainda por meio do canal de internet, é o programa The Voice da Rede Globo, no qual os espectadores votam em um ranking que destaca a apresentação de cada cantor.

Outro bom exemplo é da TV Unesp, emissora pública vinculada à Universidade Estadual Paulista, que desempenha importante papel de extensão universitária realizada pela universidade. A emissora, utilizando-se do sistema híbrido (canal de retorno), criou o programa infantil Apolônio e Azulão.

Os personagens atuam em episódios com situações de interatividade por meio de jogos e enquetes.

Figura 1:

Apolônio e Azulão - Programa Infantil Interativo da TV Unesp



Fonte: TV Unesp, 2015.

Azevedo e Cardoso (2015) explicam que em um determinado episódio, o professor Apolônio instiga Azulão a traduzir uma palavra em inglês e Azulão pede ajuda às crianças que, por meio do controle remoto da tv, podem escolher dentre as opções.

Figura 2:

Exemplo de tela interativa do programa infantil Apolônio e Azulão da TV Unesp



Fonte: CARDOSO, AZEVEDO, 2015, p. 111.

De fato, são avanços importantes em um país onde a televisão faz parte da cultura nacional, sendo sempre bem-vindos os aprimoramentos técnicos. No entanto, essa interatividade é superficial e, como já dito por Becker (2015), as possibilidades estão sendo subutilizadas. É preciso avançar para uma interatividade plena que ultrapasse o interesse comercial das emissoras e realmente permita ao telespectador interferir na programação, ofertando, inclusive, novos conteúdos.

Os Direitos Autorais e as Licenças Criativas

Contudo, façamos o seguinte raciocínio: o telespectador envia do seu tablet, por meio do sistema híbrido do aparelho de televisão digital, um vídeo como “repórter” amador para um jornal televisivo. Como fazer para autorizar, de acordo com a lei, o uso do seu vídeo? Por meio de um contrato digital?

Agora imagine que um amigo do repórter amador pegue o vídeo exibido no jornal e, editando-o, queira fazer uma homenagem ao amigo repórter amador. Ele, a princípio, não poderia. Pela atual regulamentação, ele precisaria de uma autorização!

Lessig (2005) já exemplificava a potencialidade da tecnologia digital:

“Pense nas coisas incríveis que seu filho poderia fazer com tecnologia digital – o filme, a música, a página da web, o blog. Ou pense nas coisas incríveis que sua comunidade poderia facilitar com tecnologia digital – um sistema wiki, um mutirão, ativismo para mudar alguma coisa (LESSIG, 2005, p. 290).”

A lei que regula os direitos autorais no Brasil prescreve que os negócios envolvendo direitos autorais interpretam-se restritivamente, sendo que, para cada uso, necessitaria uma autorização. Se usar na televisão, precisa-se de autorização; se editar para homenagear um amigo, deve-se ter uma autorização.

Entretanto, essa dinâmica de auto-

1 Programas de televisão tais como: Big Brother (Endemol/Globo), a Fazenda (Rede Record), Fant360°.

rizações e contratos não combina com o dinamismo dos novos tempos, nem mesmo ao volume de informações disponibilizadas. Portanto, deve-se pensar algo que seja dinâmico e juridicamente válido para regular os direitos autorais no SBTVD.

A lei 9.610/98 já prescreve em seu artigo 7º (BRASIL, 1998):

“São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como: [...]”

VI - as obras audiovisuais, sonORIZADAS ou não, inclusive as cinematográficas (BRASIL, 1998, grifo nosso).”

De acordo com a lei e projetando tudo o que se fala sobre convergência digital, enxerga-se haver uma lacuna nas discussões sobre os direitos autorais no ambiente do SBTVD. Geralmente, no ambiente digital, os termos de uso, políticas de privacidade, contratos eletrônicos que regulam os direitos autorais.

A legislação brasileira de direitos autorais, em regra geral, protege integralmente os direitos do autor, sejam eles morais (autoria) ou patrimoniais (exploração comercial), deixando claro que toda reprodução deve ser autorizada pelo autor, sob pena de se configurar crime de violação de direitos autorais.

O sistema padrão de proteção aos direitos autorais é o copyright que, segundo Lessig (2005, p. 79), “como todos os direitos de propriedade, o copyright dá ao [sic.] seus titulares a faculdade de decidir os termos sob os quais o bem é compartilhado”.

Entretanto, já existem tipos de licença de direito autoral que foram criadas para dar celeridade ao compartilhamento de obras intelectuais, bem como simplificar a regulação de direitos autorais na era da informação. São as chamadas copylefts e as licenças criativas.

Araya e Vidotti (2010) descrevem o movimento copyleft:

“O Copyleft significa liberdade para copiar, distribuir e modificar, porém, tudo o que for agregado ao que já está produzido também deverá continuar da mesma forma livre. O Linux, principal sistema operacional gratuito no mercado, foi criado de acordo com os conceitos do Copyleft (ARAYA; VIDOTTI, 2008, p. 95).”

Como bem lembrado por Brittes e Pereira (2007), o polêmico caso Google Book que, em 2005, acirrou a polêmica

sobre os direitos autorais ao possibilitar o acesso a livros de forma irrestrita a qualquer pessoa no mundo, firmando parcerias com bibliotecas de todo o mundo, como a de Harvard, Michigan, Stanford e Oxford, além da biblioteca pública de Nova York, para escaneamento de livros.

A legislação brasileira permite ceder a exploração comercial (direitos patrimoniais), mas restringe a cessão da autoria da obra intelectual (direitos morais).

O Creative Commons é um dos tipos de licenças criativas, permitindo vários tipos de usos que vão desde a proteção total até a proteção mínima, apenas com a citação de quem é o autor.

Creative Commons

Como curiosidade, vale destacar que Lawrence Lessig é um escritor norte-americano, professor de direito em Harvard, e um dos fundadores do Creative Commons, sendo precursor da cultura livre nos EUA. Dessa forma, vale a pena invocar Lessig (2005) para falar sobre a Creative Commons:

“[...] A Creative Commons é uma corporação sem fins lucrativos situada em Massachussets, mas seu lar é a Universidade de Stanford. Seu objetivo é construir uma camada razoável de copyright, desafiando os extremos que prevalecem hoje em dia. Os Creative Commons tornam fácil o processo de se basear na obra de outras pessoas e simplifica para os criadores o processo de expressar a concessão para que outros obtenham e se baseiem em suas obras. Rótulos simples, aliados a descrições inteligíveis aos interessados e a licenças à prova de bala, tornam isto possível. [...] O conteúdo é marcado com a marca CC, o que não implica em renúncia ao copyright, mas a concessão de certas liberdades (LESSIG, 2005, p.269).”

Lessig (2005) responde à questão que, a princípio, será a primeira a se destacar:

“[...] Por que os criadores endossariam a renúncia ao controle total? Alguns o fazem para melhor disseminar seu conteúdo. Cory Doctorow, por exemplo, é um autor de ficção científica. Seu primeiro romance, *Down and Out in the Magic Kingdom*, foi lançado online de maneira gratuita sob a licença, no mesmo dia em que começou a ser vendido em livrarias. [...] E, de fato, a experiência do editor claramente permite esta conclusão. A primeira edição do livro se esgotou meses antes do que ele esperava. O romance de estreia de um autor

de ficção científica foi um sucesso total. [...] Nos primeiros seis meses de experiência Creative Commons, mais de 1 milhão de objetos foram licenciados com essa chancela de cultura livre (LESSIG, 2005, p. 270-272).”

Ronaldo Lemos, ao prefaciar o livro *Cultura Livre* (LESSIG, 2005), cita exemplos de sucesso de parcerias com o Creative Commons:

“Além do Ministério da Cultura, o Ministério da Educação lançou em parceria com o Creative Commons a pioneira iniciativa do Portal Domínio Público (www.dominiopublico.gov.br). Trata-se de um vasto acervo de obras que já se encontram em domínio público no Brasil. Lá é possível encontrar Bernardo Guimarães, Álvares de Azevedo e Qorpo Santo. Qualquer pessoa pode também colocar suas criações no site. Para isso, basta licenciá-las pelo Creative Commons e as enviar ao portal (LESSIG, 2005, p.15).”

A licença Creative Commons utiliza de uma iconografia padronizada que permite a fácil visualização e identificação dos usos permitidos de determinada obra, figurando como negócio jurídico de uso condicionado de propriedade intelectual, estando assim ilustrado no site da organização (CREATIVE COMMONS, 20-?):²



Atribuição CC BY

Esta licença permite que outros distribuam, remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que lhe atribuam o devido crédito pela criação original. É a licença mais flexível de todas as licenças disponíveis. É recomendada para maximizar a disseminação e uso dos materiais licenciados.



Atribuição-Compartilhual CC BY-SA

Esta licença permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que lhe atribuam o devido crédito e que licenciem as novas criações sob termos idênticos. Esta licença costuma ser comparada com as licenças de software livre e de código aberto “copyleft”. Todos os trabalhos novos baseados no seu terão a mesma licença, por-

tanto quaisquer trabalhos derivados também permitirão o uso comercial. Esta é a licença usada pela Wikipédia e é recomendada para materiais que seriam beneficiados com a incorporação de conteúdos da Wikipédia e de outros projetos com licenciamento semelhante.



Atribuição-SemDerivações
CC BY-ND

Esta licença permite a redistribuição, comercial e não comercial, desde que o trabalho seja distribuído inalterado e no seu todo, com crédito atribuído a você.



Atribuição-NãoComercial
CC BY-NC

Esta licença permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, e embora os novos trabalhos tenham de lhe atribuir o devido crédito e não possam ser usados para fins comerciais, os usuários não têm de licenciar esses trabalhos derivados sob os mesmos termos (CREATIVE COMMONS, 2015).

Dessa forma, pode-se visualmente identificar a permissão de uso da obra por meio da licença Creative Commons, bem como os receptores (aparelhos nos quais as obras irão ser transmitidas) também podem entender as permissões, por meio de uma linguagem própria das máquinas.

O uso desse tipo de licença poderia ser útil para o compartilhamento e socialização de conteúdos através da TV Digital Brasileira, como no envio de

depoimentos sobre uma epidemia em uma localidade pelos próprios moradores. Tal iniciativa seria uma mostra da potencialidade da intervenção social e do desenvolvimento local dessa ferramenta.

No momento em que o telespectador fosse enviar um arquivo audiovisual, poderia selecionar uma das licenças CC. Do outro lado, quando o conteúdo for exibido, o próprio ícone CC identifica quais seriam os direitos de uso e as possibilidades de novos compartilhamentos.

Como se pode verificar, o Creative Commons tem aplicabilidade nos mais diversos usos e áreas. Pode-se aplicar esse tipo de licença para a fotografia; para a culinária; para o escritor; para o cinema; para os desenvolvedores de aplicativos e tantos outros usos a serem imaginados.

O Creative Commons pode solucionar a questão da regulamentação dos direitos autorais, harmonizando-a com a necessidade de se imprimir dinamismo ao compartilhamento de conteúdo protegido por direitos autorais.

No campo da educação, importante colocação foi feita por Mantovani, Dias e Liesenberg (2006):

“O conteúdo pedagógico pode, entretanto, ser visto como algo que se pode também criar e compartilhar. Qualquer um, mesmo aquele que se considera com menor talento criativo, pode participar e contribuir com algo em um processo de produção coletiva. (MANTOVANI; DIAS; LIESENBERG, 2006, p. 269).”

Denota-se, dessa forma, a variedade de usos que esse tipo de licença criativa possibilita. Como informado pela própria organização Creative Commons (2014), já existem mais de 882 milhões

de obras licenciadas na internet, sob algum tipo de licença Creative Commons.

Conclusão

Dessa forma, percebe-se que ainda temos um longo caminho pela frente para que a TV Digital seja realidade não só para alguns, mas para toda a população brasileira.

Muito se tem a fazer para que todos os brasileiros recebam o sinal de TV Digital, podendo usufruir de todas as vantagens já narradas com o uso da tecnologia digital e do sistema híbrido que integra a radiodifusão e a internet.

Acredita-se piamente em um futuro promissor da TV Digital Brasileira, com a integração da radiodifusão e internet, bem como para o uso das licenças de direitos autorais Creative Commons, como forma de socialização dos conteúdos, propiciando educação e desenvolvimento local.

A tecnologia digital é um caminho sem volta e estará sendo implementada, independentemente das dificuldades, pelo que se faz necessário refletir sobre os novos modelos de negócios decorrentes da nova tecnologia, bem como sobre os direitos autorais das obras audiovisuais que irão trafegar na 1ª e 2ª telas.

Dessa forma, diante das possibilidades já aduzidas neste trabalho, a licença Creative Commons apresenta-se plenamente viável e recomendável para regular os direitos autorais dos conteúdos trafegados na nova TV Digital Brasileira.

Contudo, o presente trabalho não se esgota por aqui, sendo necessário ainda pesquisar novos usos e novas propostas para regular os direitos autorais do conteúdo trafegado pela nova tecnologia digital, pelo que se deixa aqui registradas as limitações e o desafio à comunidade científica para aprofundar os conhecimentos sobre essa temática.

REFERÊNCIAS:

- ARAYA, Elizabeth; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregorio. Criação, proteção e uso legal de informação em ambientes World Wide Web. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.
- AZEVEDO, Lucas Silveira de; CARDOSO, Fabio. Jogos educativos em TVDI: a gameificação do GINGA. São Paulo, Set expo proceedings – SETEP, v. 1, p. 109-113, 2015. Disponível em: <http://www.set.org.br/setep_/setep-v12015/>. Acesso em: 24 de jun. 2017.
- BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, 1998.
- BRASIL. Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, 2006.
- BECKER, Valdecir. A interatividade na TV Digital Brasileira: Implantação e problemas enfrentados. Revista de Comunicação Midiática (online), Bauru, v.10, n.1, p. 138-153, jan./abr., 2015. Disponível em: <<http://www.mundodigital.unesp.br/revista/index.php/comunicacaomidiatica/article/view/564>>. Acesso em: 22 de nov. 2015.
- BRITTES, J. G.; PEREIRA, J. L.. Tecnologia da informação e Comunicação e a polêmica sobre direito autoral: o caso Google Book Search. Ci. Inf., Brasília, v. 36, n.1, p.167-174, jan./abr., 2007.
- CANNITO, Newton Guimarães. A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.
- CREATIVE COMMONS. Sobre as licenças. 20-?. Disponível em: <<https://creativecommons.org/licenses/?lang=pt-BR>>. Acesso em: 24 jun. 2017.
- LESSIG, Lawrence. Cultura livre: Como a Grande Mídia Usa a Tecnologia e a Lei para bloquear a Cultura e Controlar a Criatividade. São Paulo: Trama, 2005.
- MANTOVANI, Osmar; DIAS, Maria Helena Pereira; LIESENBERG, Hans. Conteúdos abertos e compartilhados: novas perspectivas para a educação. Educ. Soc., Campinas, v. 27, n. 94, abr., 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302006000100012&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 24 jun. 2017.

Canais públicos mineiros de TV diante das reconfigurações da segunda tela ¹

Soraya Ferreira²

Isabela Norton³

Universidade Federal de Juiz de Fora

Resumo: No ambiente de convergência midiática investigamos as ações que as TVs públicas - Rede Minas e TV Assembleia MG - têm feito nas redes sociais e como se desenha o papel do usuário-telespectador diante da fecundidade e potencialidade das tecnologias digitais de comunicação. A presente pesquisa aborda como as TVs regionais públicas têm usado as redes sociais não só para manter a audiência, mas criar um canal de interação e de interatividade com seus telespectadores neste novo ambiente fluido propiciado pelo ciberespaço. Buscamos detectar como se dão as ações das emissoras e o fluxo comunicacional propiciado pela segunda tela. Mapeamos dados através da plataforma OpSocial nos perfis das emissoras nas redes sociais, YouTube, Facebook, Twitter, Instagram e Google+. Aferimos índices de participação dos internautas, retorno das emissoras e efetividade de publicações por parte delas.

Palavras-chave: telejornalismo; segunda tela; web jornalismo; convergência de mídia.

Abstract: In the context of media convergence, we investigate the actions that public TVs - Rede Minas and TV Assembleia MG - have made in social networks and how the user-viewer role is drawn to the fecundity and potentiality of digital communication technologies. The present research deals with how regional public TVs have used social networks not only to maintain the audience but to create a channel of interaction and interactivity with their viewers in this new fluid environment provided by cyberspace. We try to detect how the actions of the broadcasters are given and the communication flow provided by the second screen. We map data through the OpSocial platform in the profiles of broadcasters on social networks, YouTube, Facebook, Twitter, Instagram and Google+. We measure indices of Internet users' participation, the return of broadcasters and the effectiveness of publications on their part.

Keywords: television journalism, Second screen, Web journalism, Media convergence.

Introdução

Independentemente do regime público ou privado das redes de televisões e diante da fecundidade e potencialidade da tecnologia, cabe-nos indagar sobre as ações que as TVs públicas e comerciais têm feito nas redes sociais e como se desenharam as respostas e fluídos dos usuários quando o assunto é segunda tela⁴.

As ações na segunda tela têm merecido discussões e atenção dos setores empresarial, tecnológico e comunicacional. Estabelecer um fluxo comunicacional efetivo através das conversações em rede pelas emissoras televisivas públicas – seja de maneira síncrona ou assíncrona – é um dos desafios da contemporaneidade para este segmento.

Abordamos como as TVs regionais públicas - Rede Minas e TV Assembleia MG - têm usado as redes sociais, não só para manter a audiência, mas para começarem a criar um canal de interação e de interatividade com seus espectadores neste novo ambiente denominado de redes sociais, propiciado pelo ciberespaço. Buscamos detectar os pontos de interação usuário x emissora através do fluxo comunicacional propiciado pela presença do telespectador na segunda tela.

Com a digitalização da TV e com as novas possibilidades do ambiente con-

vergente, a audiência passa a ter canais disponíveis e abertos para se colocar ou, até mesmo, interferir na programação. O usuário ou consumidor que produz conteúdo - e até mesmo interfere na programação, já é uma realidade.

A segunda tela desconstrói a concepção de espectador como aquele que está no contra plano, apenas assistindo, que absorve o conteúdo exibido. Os dispositivos móveis estimulam a ação para a análise e o diálogo. Ou pelo menos parecem estimular. O comentário de amigos, de estranhos, a repercussão nas mídias sociais, influenciam na audiência: o espectador irá assistir a um programa porque gosta, porque não conhece, ou porque não gosta e vai ver para “trolar”⁵. Nesse contexto de convergência e interação entre televisão e web, as emissoras não podem desconsiderar a presença simultânea do telespectador nestes ambientes. Por isso, o uso de mecanismos de interação - como hashtags, e o convite para que o espectador acesse o site e demais redes sociais da emissora deve existir para que as empresas se conectem com a atitude do público que as assiste. Como as TVs públicas tem respondido a estas conversações que se dão nos seus perfis? Quais temas têm sido comentados? Como interferem naquilo que é ofertado pelo canal televisivo?

A essência da TV pública é de ser livre da sanção do mercado, livre da pressão por lucros. Como se diz, não precisa entrar na guerra de audiência e correr atrás do patrocínio, vendendo os espaços entre a programação para a publicidade. Podemos nos questionar porque uma TV pública precisa entrar nestes novos ambientes e plataformas digitais denominados de redes sociais digitais, seja propagandeando seus produtos, seja produzindo conteúdo para esta plataforma, já que sua vocação não é para buscar a audiência como forma de gerar orçamento para sua manutenção. Não perseguir o lucro define o papel das TVs públicas quanto à dinâmica produtiva, de distribuição, de produção, de armazenamento da sua própria produção e memória. Mas, por outro lado, a ocupação paulatina das TVs públicas no ambiente fluido do ciberespaço diz muito sobre nossa sociedade e sobre o modo de atuação enquanto cidadãos que consomem conteúdo em sites de redes sociais.

Em “Alternativas a la televisión actual”, Tornero et al. (2007) apresenta parte do papel social da TV educativa-cultural, ou TV pública, ao dizer que “de este modo, la televisión educativo-cultural se nos presenta no sólo como un género de cadenas o de programas específicos, sino como una orientaci-

¹ Trabalho apresentado no GP de Telejornalismo do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Soraya Ferreira: Professora Doutora da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora/MG e Pós-Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Tecnologia da Inteligência e Design Digital- TIDD/PUC-SP. Email: sovferreira@gmail.com

³ Isabela Norton: Mestranda em Comunicação Social pelo PPGCOM – Universidade Federal de Juiz de Fora, na linha de pesquisa Estética, Redes e Linguagens. Graduada em Comunicação Social - com habilitação em Jornalismo pela UFJF/MG. Email: nortonisabela@gmail.com

⁴ Segunda Tela (ou Second Screen) é um termo que se refere a um dispositivo eletrônico adicional (como um smartphone ou tablet) que permite ao consumidor interagir com o conteúdo que está a consumir, como filmes, música ou jogos eletrônicos. Dados adicionais são exibidos no dispositivo portátil sincronizados com as informações sendo mostradas na televisão. (fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Segunda_tela. Acesso em 06/06/2016)

⁵ Um troll, termo derivado do inglês trolling, é gíria da internet e designa uma pessoa cujo comportamento tende sistematicamente a desestabilizar uma discussão e a provocar e enfiar as pessoas nela envolvidas (fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Troll_\(internet\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Troll_(internet)). Acesso em 06/06/2016)

ón genérica hacia un conjunto de atributos, de valores”⁶. Sem visar o lucro como trabalho fim, a função da TV pública, ainda segundo o autor, é promover e construir cidadania democrática, através de incentivo à participação popular no desenvolvimento dos direitos do homem e na democracia; além de promover a riqueza e diversidade da cultura, oferecendo educação cultural ao difundir a arte e a ciência.

A consequência de se implantar formas inovadoras na produção televisual repercute diretamente na audiência e no modo como ela se comporta diante de tais alterações. Analisar a convergência apenas do âmbito tecnológico não permitiria apreender vertentes de extrema significância – como os efeitos em curto prazo no público e nos produtores de conteúdo. Por isto, se faz importante entender como tem se dado as conversações em rede visto como lugar aonde começa a se desenhar, ainda que de maneira tímida, as possibilidades da TV se reinventar na procura de um modelo que se aproprie das possibilidades surgidas com a convergência midiática digital.

O que de fato se evidencia é a necessidade da TV se reconfigurar de forma a atender às novas demandas sociais. Para tanto, ela se insere na era das linguagens líquidas – na qual não há estabilidade e engessamento, como era característico em outros momentos da história da comunicação. A linguagem deixa de ser circunscrita e ganha uma dimensão espacial ampliada. A TV potencializa ações sobre a sociedade como um todo – desde produtores até receptores de informações quando abre para as ações na segunda tela através das redes sociais.

Os laços sociais na contemporaneidade têm sido redimensionados a partir do uso da segunda tela. Conforme nos mostra Lemos, o fluxo no Facebook, por exemplo, é muito mais suscetível de propiciar laço social que nas outras redes, já que no Facebook...

“Existe a possibilidade de formação de grupos ao redor de interesses compartilhados, a tônica da interação continua sendo o vínculo pessoal preexistente na história afetiva e/ou profissional de cada um. (LE MOS, 2010, p. 91)”

Lemos observa também que no Twitter os laços sociais não estão baseados em vínculos preexistentes, mas sim “na penetração individual em fluxos de ideias, ou seja, fluxos coletivos abertos de ideias compartilhadas em tempo real, que estão em movimento contínuo” (LE MOS, 2010, p. 91).

O processo citado acima e o monitoramento das TVs, que mostraremos a seguir, exemplificam de modo cabal e diacrônico o processo evolutivo da tecnologia em concomitância com a evolução da TV – geralista, da TV tradicional, de massa, popular. De fato, mostram o papel relevante que a tecnologia tem hoje na composição da cena midiática.

Em termos de televisão, o telespectador utiliza de recursos da rede (blogs, sites, e-mails, perfis em redes sociais) para se mostrar como uma voz que busca aparecer e ter destaque. O espaço dado a vozes distintas e diversas cria um dialogismo do público com a TV e do público com o próprio público. Isso ocorre a partir do momento em que a TV abre-se para os canais interativos e para a hiperconexão que, acreditamos, acaba propiciando laços sociais se a comunicação se efetiva de fato.

Nesta tendência pós-network, Fechine (2009, p. 139) expõe de maneira clara quais devem ser os parâmetros de reflexões referentes à televisão em dias de convergência. Para ela, o sistema de circulação e de distribuição de conteúdo ganha relevo em relação aos meios interativos. Seguindo ainda os preceitos de Fechine, estabelecer uma relação entre destinatários e destinadores a partir do espaço cibernético obriga a TV a se reestruturar conforme as diretrizes temporais impostas pela rede.

Modos de fluência das emissoras: Rede Minas e TV Assembleia MG

Em pesquisa anterior, monitoramos postagens e perfis nas redes sociais das emissoras públicas e comerciais (FERREIRA, 2014). Em 2016, retornamos ao monitoramento das mesmas emissoras para verificar os seus fluxos atuais de informação na rede, de modo comparado. No presente artigo, apresentamos um recorte voltado para análise do atual comportamento das TVs públicas TV Assembleia MG e TV Rede Minas.

Buscamos detectar como se dá a fluência das emissoras e o fluxo comunicacional propiciado pela segunda tela. Até que ponto este momento conceitualmente identificado como sendo pós-televisivo, pós-network é realidade na TV regional que atravessa um período de transição do analógico ao digital em tempos de convergência?

Metodologia de monitoramento

Para examinar a maneira como as emissoras TV Assembleia MG e Rede Minas atuam nas redes sociais e para dimensionar a interação entre espectador e emissora no cenário da convergência

mediática, realizamos um monitoramento dos perfis das emissoras nas redes sociais. O monitoramento foi realizado do dia 22 a 28 de fevereiro de 2016, por meio de uma plataforma de monitoramento e análise de mídia, chamada Opsocial⁷.

Determinamos termos de monitoramento para cada emissora. Essas palavras-chave filtram o tipo de conteúdo a ser catalisado pela plataforma e mostram a quantidade de vezes que tais termos apareceram nas redes sociais. Selecionamos os termos de monitoramento após análise manual das publicações das emissoras. Constatamos que os termos e expressões mais frequentes nas redes sociais das organizações em questão, utilizados tanto em postagens da própria rede quanto em conteúdos publicados pelos internautas, são: REDE MINAS e @redeminaseTV Assembleia MG e @tvalmg.

Para qualificar as postagens a plataforma Opsocial oferece ao usuário as opções: positivo, neutro e negativo⁸. Com a intenção de padronizar essa classificação foi definido que tipo de conteúdo seria aceito em cada categoria:

● **Positivo:** compartilhamento e retweets de conteúdos relacionados à emissora ou sua programação, sugestões de pauta, elogios à emissora ou a sua programação.

● **Neutro:** posts com dúvidas, que não são relevantes para o conteúdo da emissora, ou relacionados à vida pessoal de personagens da emissora (apresentadores/funcionários).

● **Negativo:** reclamações e críticas pejorativas, descontrutivas sobre conteúdo ou programação.

Para obter dados qualitativos em relação às postagens, além dos termos de monitoramento, estabelecemos, especificamente, 10 Tags - nesse caso entende-se a palavra tag como um comando de classificação – que nos auxiliaram na tabulação do tipo de atividade da emissora e do usuário nas redes sociais, além de nos permitir gerar uma análise quantitativa dessa atividade. São elas:

1. **Críticas à programação:** comentários giram em torno de novos programas inseridos ou alterações nos programas já existentes.

2. **Críticas à emissora:** críticas diretas e gerais à emissora enquanto promotora de conteúdo. Críticas aos programas da grade, aos temas das matérias, à grade de programação, à postura da emissora em rela-

6 “Assim, a televisão educativa-cultural nos apresenta não só como um gênero de cadeias ou programas específicos, mas como orientação genérica com um conjunto de atributos, de valores” (tradução livre)

7 <http://www.opsocial.com.br/>

8 Metodologia originalmente criada e utilizada em FERREIRA, Soraya. Modos de fluência do usuário no uso da segunda tela: Dinâmicas dos processos comunicacionais em emissoras brasileiras. Córdoba, Argentina: ALAIC 2015. 16 p.

ção a determinados assuntos.

3. Sugestão de pautas: ideias sobre assuntos a serem tratados, inclusive com apresentação de fontes e outros materiais como fotos, que poderão colaborar na elaboração da matéria.

4. Denúncias: reclamações contra serviços públicos, flagras fotográficas de crimes de todo gênero, sugestões de investigação sobre determinado assunto. Neste caso, também há presença de material que poderá colaborar na produção da matéria, como fotos flagrantes.

5. Elogios à programação: comentários giram em torno de novos programas inseridos ou alterações nos programas já existentes.

6. Elogios à emissora: elogios diretos e gerais à emissora enquanto promotora de conteúdo. Elogios aos programas da grade, aos temas das matérias, à grade de programação.

7. Repercussão de posts da emissora: compartilhamento e retweets de conteúdos postados pela emissora ou relacionados à emissora e sua programação.

8. Dúvidas sobre matérias, programação, etc.: dúvidas de toda natureza, como horários de programas, se haverá reprises, dúvidas sobre temas tratados nas matérias.

9. Sobre o assunto: comentários acrescentando alguma curiosidade sobre o tema abordado nas matérias. Há comentários imparciais, críticas negativas a algo apresentado na matéria e não exatamente à emissora, e da mesma forma elogios.

10. Publicação por parte da emissora: conteúdo que a própria emissora publica para divulgar conteúdos relacionados à sua programação diária e posts de divulgação direta de conteúdo, por exemplo, vídeos de matérias da TV e programas que já foram exibidos na TV.

A plataforma de monitoramento também permite que sejam gerados relatórios com os dados coletados a partir das qualificações citadas acima. Esses relatórios são fundamentais para dimensionar a relação entre espectador e emissora. Neles é possível identificar dados numéricos relativos à ação das organizações nas redes sociais - a

quantidade de posts do período; em qual rede social a emissora é mais atuante; o horário e o dia da semana em que houve o maior número de posts; entre outros.

As conversações nas redes sociais

Atualmente, o Facebook não permite que aplicações externas, como a Opsocial, acessem dados gerados dentro da rede, como engajamento, participação, número de publicações ou perfil social informado dos usuários. Portanto, a Opsocial gerou dados relativos às redes sociais citadas mais a frente, e os dados referentes à rede social Facebook aqui apresentados, foram recolhidos manualmente, no mesmo período de monitoramento via plataforma.

Rede Minas

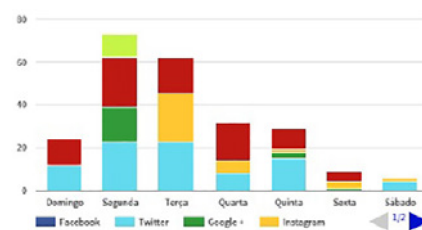
Atualmente, a emissora está presente em 4 redes sociais distintas. Os links para os perfis da emissora podem ser encontrados no próprio site institucional: <http://redeminas.tv/>.

A rede social com mais participação dos usuários, com uma discrepância muito grande, é o Facebook, com um alcance de 64.180 curtidas. No Twitter, a emissora tem 1.555 seguidores. No canal do YouTube, 2.777 inscritos⁹. E no Instagram, última rede social que a TV Rede Minas se fez presente (jan/2016), 781 seguidores.

De acordo com os relatórios gerados, percebemos que o dia e horário predominante de publicações é 22-23h (25%) às segundas (24%) (figura 1). Na grade de programação da emissora, neste dia e horário, é veiculado o programa Roda Viva, notadamente, um destaque em conteúdo e produção da emissora.

Figura 1:

Gráfico com os dias e horários mais atuantes da Rede Minas



HORÁRIO COM MAIS POSTS

22:00 - 23:00

25% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 22:00 e 23:00hrs.

DIA COM MAIS POSTS

SEGUNDA

24% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na segunda-feira.

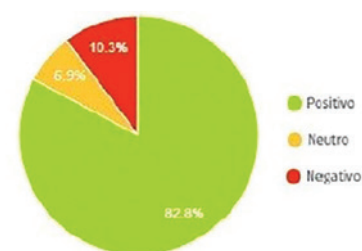
(reprodução do relatório Opsocial 2016)

A análise de sentimento (figura 2) mostra como predominante a reação

positiva às publicações e conteúdo da TV Rede Minas. O monitoramento, por parte da emissora, do sentimento dos usuários, aliado à análise do conteúdo dessas manifestações, permite gerar um "termômetro indireto" (não oficial) sobre a programação da emissora. O sentimento identificado com a análise completa da reação do público em determinado período soa mais espontâneo e natural do que as opiniões transmitidas através de uma reclamação direta nos canais de comunicação da empresa (fale conosco, direct message, inbox ou email), que não refletem o comportamento e opinião da massa, mas sim do usuário individualmente (ou de seu grupo de relacionamento específico).

Figura 2:

Análise de sentimento TV Rede Minas



Apesar de concentrar no Facebook o maior número de seguidores, a atuação da Rede Minas é precária. Não há incentivo à interatividade e a emissora não se preocupa em responder os poucos comentários que surgem em suas publicações. Interessante ressaltar que há uma subdivisão da divulgação dos programas da Rede Minas, havendo uma página central e principal - denominada "Rede Minas" - e outras páginas específicas para os programas fixos da emissora - a página "Programa Agenda", por exemplo, existe desde 2012; já a página "Programa Mulher-se", criada recentemente, surgiu esse ano. Essas páginas secundárias produzem conteúdo exclusivamente referente aos programas homônimos. O perfil principal da Rede Minas compartilha esses conteúdos convidando o usuário a seguir a programação.

O âmbito de produção gráfica e cuidados com uso de imagens é bem realizado por parte da Rede Minas. Porém, em relação ao alcance da emissora na web, percebemos o seguinte: baseado no número de seguidores das redes sociais, sua atuação e a resposta aos usuários poderiam ser muito mais efetivas se houvesse um gerenciamento específico voltado para as redes sociais.

Através da classificação por tags (descritas na metodologia), foi possível traçar o perfil das atividades dos usuários. Todos os posts qualificados para

⁹ Conforme informou a assessoria de imprensa da Rede Minas, em 2011, por problemas técnicos, a conta da emissora no Twitter foi desabilitada e retomada posteriormente. A emissora ainda tenta recuperar o grande número de seguidores que tinha na rede à época.

análise de sentimento foram também marcados com uma ou mais tags que descreviam a que tipo de ação aquela postagem estava relacionada. A tabulação do comportamento do usuário pode ser observada na figura 3.

Figura 3:
Comparativo de comportamento dos usuários

| Tags | 2016 |
|--------------------------------------|-------|
| Críticas à emissora | 11,9% |
| Críticas à programação | 4,9% |
| Denúncias | - |
| Dúvidas sobre matérias e programação | 1% |
| Elogios à emissora | - |
| Elogios à programação | 2% |
| Publicação por parte da emissora | 6,9% |
| Repercussão de posts da emissora | 25,7% |
| Sobre o assunto | 46,5% |
| Sugestão de pautas | 1% |

(valores aproximados)

A partir dessa análise verificou-se que a principal forma de interação entre emissora e usuário é através de manifestações marcadas pela tag sobre o assunto (46,5%); mostrando que o usuário se posiciona como ativo no processo de compartilhamento de conteúdo gerado pela emissora. Não só compartilhando e retuitando, mas tecendo comentários.

Apesar de a publicação por parte da emissora ser de apenas 6,9%, a significativa participação dos internautas tanto em repercussão dos posts da emissora (25,7%) quanto em sobre o assunto (46,5%) demonstra que é mais interessante para o usuário conteúdo relevante do que um grande volume de publicações.

As críticas à programação se apresentam com 4,9% da participação. As críticas à emissora representam 11,9% das manifestações, ficando em terceiro lugar como mais alta interação. Os elogios à programação assumem 2%, e os elogios à emissora, no período analisado, foram nulos. Os dados de críticas à programação podem ser significativos por conta do momento político conturbado que vivemos. Eventualmente Rede Minas trata de assuntos polêmicos e acaba despertando a “fúria” de quem não concorda com o assunto ou posicionamento apresentado.

As tags dúvidas sobre matérias e programação e sugestão de pautas são praticamente inexpressivas, com apenas 1%. A tag de denúncias se mostrou nula, o que reforça ainda mais a falta de interesse

por parte do usuário e a falta de incentivo por parte da emissora para participação.

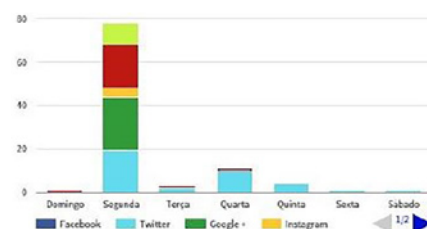
TV Assembleia MG

Atualmente, a presença da TV Assembleia é expressiva, mas ainda muito longe do ideal. Em 2016, a TV Assembleia MG se coloca nas redes com canal no YouTube, com 1.832 inscritos, perfil no Google+ (sem atualização desde out/2015), Twitter (4.763 seguidores) e Instagram (620 seguidores). A TV Assembleia ainda não possui perfil na rede social Facebook¹⁰. A emissora não tem site com domínio institucional próprio, sendo que o link para acesso à área exclusiva da TV é referente ao site da Assembleia Legislativa de Minas Gerais, http://www.almg.gov.br/acompanhe/tv_assembleia/. No endereço há o redirecionamento para redes sociais da Assembleia, que se misturam o tempo todo com referências à TV. Apenas o Twitter é rigorosamente separado do domínio da Assembleia Legislativa e possui conteúdo exclusivo e dedicado à programação da TV.

O horário de pico de movimento é 22h-23h, com 55% dos posts (figura 4), intervalo em que três programas são veiculados: Assembleia Notícia (factual), Mundo Político (entrevistas, comentários e notas sobre a movimentação política no País) e Assembleia Debate. Notadamente, programas que tratam do cenário político atual e incentivam o pensamento crítico sobre o momento que estamos vivendo.

Figura 4:

Gráfico com os dias e horários mais atuantes da TV Assembleia MG



HORÁRIO COM MAIS POSTS

22:00 - 23:00

55% dos posts do seu monitoramento foram encontrados entre as 22:00 e 23:00hrs.

DIA COM MAIS POSTS

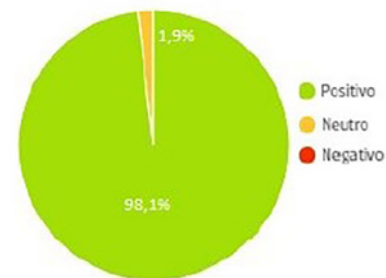
SEGUNDA

67% dos posts do seu monitoramento foram encontrados na segunda-feira.

(reprodução do relatório Opsocial 2016)

A análise de sentimento (figura 5) apresenta uma porcentagem de sentimento negativo igual a 0%. A porcentagem de sentimento positivo é alta, sendo que quase alcançou 100%.

Figura 5:
Análise de sentimento TV Assembleia



Apesar de a análise de sentimento do público em relação à emissora apresentar-se com resultado positivo, não podemos considerar que a TV Assembleia tem uma atuação positiva nas redes sociais. O conteúdo gerado pela emissora no Twitter não agrega nenhum valor ao usuário; não há uso de hashtags e nem incentivo à interatividade. Em nenhum momento as publicações do Twitter possuem algum link com os vídeos veiculados no YouTube, apesar de ambos (tweet e vídeo se relacionarem ao mesmo conteúdo, a própria programação da emissora).

Figura 6:
Comparativo de comportamento dos usuários

| Tags | 2016* |
|--------------------------------------|-------|
| Críticas à emissora | - |
| Críticas à programação | 3,1% |
| Denúncias | - |
| Dúvidas sobre matérias e programação | - |
| Elogios à emissora | 1,5% |
| Elogios à programação | - |
| Publicação por parte da emissora | 13,9% |
| Repercussão de posts da emissora | 70,8% |
| Sobre o assunto | 10,8% |
| Sugestão de pautas | - |

(valores aproximados)

Na análise das tags, conforme figura 6, vemos um resultado significativo na repercussão dos posts da emissora, com 70,8%, indicando que as pessoas compartilham o conteúdo postado pela TV Assembleia. As tags sobre o assunto (10,8%), elogios à emissora (1,5%) e críticas à programação (3,1%) indicam que os temas tratados pela emissora têm atraído a atenção do público, talvez não ainda o suficiente.

As demais tags se apresentaram zeradas (críticas à emissora, denúncias, dúvidas sobre programação, elogios à programação e sugestão de pautas) indicando uma falta de esforço da emissora para envolver o usuário e promover a interatividade.

¹⁰ Em busca pelo termo “TV Assembleia MG” no Facebook, os resultados são direcionados para uma página criada automaticamente por meio de demanda dos usuários. A página/localização ainda não teve seu domínio requisitado para controle e edição de conteúdo.

Após análise pudemos concluir que as emissoras, apesar de presentes nas redes sociais, não atuam de forma a gerar um conteúdo de valor para o telespectador que também está na rede. Considerando que as redes públicas não estão inseridas no ambiente web para gerar audiência e consequente lucro, nos resta entender que a presença das emissoras se dá mais por obrigatoriedade de estar presente em um espaço onde outras corporações semelhantes também estão. O internauta entende a presença no ciberespaço como a oportunidade de um canal de comunicação, mas ambas as redes não respondem a isso, e muito menos incentivam esse tipo de retorno por parte do telespectador.

Dada a falta de incentivo e de abertura de fluxos de conversa, os índices de participação dos internautas são baixos, apesar de existirem de forma esparsa e esporádica. O retorno das emissoras, nessas poucas interações, é automatizado ou inexistente, o que, entendemos, desestimula a manutenção de um diálogo.

No tocante às publicações por parte das emissoras, pudemos aferir que elas são meras repetições do conteúdo veiculado na primeira tela. Não há produção específica para a web. Não há adaptação de formatos, linguagens e públicos. O usuário que está presente nas duas telas – TV e web, vai acessar o mesmo conteúdo em ambos os ambientes, o que não é interessante, já que as redes possibilitam a oferta de diferentes formatos informativos. O usuário que não pode ou não quer assistir à TV, vê um formato repetido e pouco atrativo de programação online – um conteúdo direcionado à TV que foi lançado exatamente da mesma forma nas redes sociais.

Considerações finais

A organização da TV nos tempos de hoje já não reflete a composição à época de seu surgimento, assim como a TV daqui alguns anos não refletirá o estilo adotado atualmente. A convergência não é um processo simples e repentino a ser julgado por pesquisadores; ela se constitui numa longa forma de alteração da produtividade vigente para que a TV se enquadre no que hoje chamamos de ambiente de fluência midiática.

Analisando o que vemos atualmente como produção televisiva pelas redes locais, é cabível considerar a necessidade de reestruturação da televisão diante da internet e das novas ferramentas que com ela ganham espaço na sociedade hiperconectada. A TV pública, ao buscar cumprir o seu papel social, se vê obrigada a entrar no ambiente digital, mas segue ainda sendo intimidada pela onipresença das redes e dos usuários continuamente conectados. As redes públicas, assim como qualquer outra, devem ver na internet uma oportunidade de expansão real, de uso consciente da segunda tela como, de fato, uma tela a mais para o usuário – com conteúdo diferenciado, atrativo e que gere valor. A web é, atualmente, um canal onde a promoção da cidadania e o convite a participação devem reger o posicionamento das TVs públicas, com vistas a combinar estratégias para fortalecimento do laço social e também para a realização de atuação mais plena do internauta.

A TV comercial se movimenta de maneira mais rápida, conforme relaciona Ferreira (2014) ao mostrar as diferentes inserções de programas com tradição televisiva nos seus portais e redes sociais digitais online. Percebemos que as

emissoras públicas não se isentaram do processo de convergência, mas ainda se posicionam com cautela quanto as mudanças culturais que já batem à porta, tanto do seu próprio lado, como do lado da audiência, ou seja, o processo colaborativo só se inicia. Os canais precisam apontar para mudanças mais eficazes que insira o internauta como sujeito participativo.

A audiência não é mais mera reprodutora de conteúdos da TV. A web clama por participação, bastam os ouvidos atentos das redes públicas para ouvi-la. Só através da interação e participação com a cultura da convergência será possível enfrentar o momento de transição e passar por ele sem sentir perdas gigantescas. Enquanto a televisão souber lidar produtivamente com a convergência, com as demais telas que se sobrepõem, terá conquistas a seu favor – independentemente do tempo que se leve para uma completa transição até a chegada desses benefícios.

Em um processo dessa natureza, a própria linguagem se modifica com a inserção de novas tecnologias no processo de produção e recepção da notícia. A mídia televisiva se reorganiza e acaba também reorganizando a sociedade em dadas proporções. Atualmente, essa organização deve ser analisada sob o aspecto da convergência tecnológica, porque é justamente isso que vem ditando o processo produtivo. Não se pode ater a um estilo tradicionalista de produção da notícia, numa época em que a tecnologia ascende sobremaneira, uma vez que a inserção de meios digitais de comunicação agrega à televisão tradicional outras vias de se aproximar do público e concomitantemente dar-lhe espaço, de expandir-se.

REFERÊNCIAS:

- FECHINE, Yvana. A Programação da TV no cenário de digitalização dos meios: configurações que emergem dos reality shows. In: FILHO, José Freire. A TV em transição. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- FERREIRA, Soraya. A televisão em tempos de convergência. Editora UFJF: Juiz de Fora, 2014.
- FERREIRA, Soraya. Modos de fluência do usuário no uso da segunda tela: Dinâmicas dos processos comunicacionais em emissoras brasileiras. Córdoba, Argentina: ALAIC 2015. 16 p.
- FÉRRÉS, Joan i Pratis. Las Pantallas y el Cerebro Emocional. Barcelona: Gedisa. 2014.
- LEMO, Renata et SANTAELLA, Lúcia. Redes Sociais Digitais a cognição conectiva do twitter. São Paulo: Paulus. 2010.
- MILLER, Toby. A televisão acabou. A televisão virou coisa do passado. A televisão já era". In: FILHO, José Freire. A TV em transição. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- PRADO, José Luiz Aidar. Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: hacker editores, 2002.
- PRIMO, Alex. "Crítica da Cultura Da Convergência: participação ou cooptação?" In: DUARTE, Elizabeth Bastos e LILIA, Maria. Convergências Midiáticas: produção ficcional-RBS TV. Porto Alegre: Editora Sulina, 2010.
- SALAVERRÍA, Ramón. "Convergência de médios". Revista Latino-americana de Comunicassem Chasqui, 2003. Disponível em: <http://chasqui.comunica.org/content/view/190/64>. Acesso em: 15/10/2011.
- SANTAELLA, Lúcia Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo: Paulus, 2007.
- SCOLARI, Carlos. "Alrededor de La(s) convergencia(s). Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones nele ecosistema de médios". Signo y Pensamiento. Bogotá, vol. XXVIII, nº 54, pp. 44-55, 2009.
- TORNERO, José Manuel Pérez et al. Alternativas a la televisión actual. Barcelona: Gedisa, 2007. 304 p.
- WOLTON, Dominique. Elogio do Grande Público. Rio de Janeiro: Editora Ática, 1996.

Rede prosa: uma experimentação colaborativa de TVs e rádios das Ices

Staudt, Marcus¹

Kirst, Sandro²

UNIVATES

Resumo: O presente artigo busca historicizar a Rede Prosa desde sua concepção, caracterizando as formas de trabalho e retratando os processos colaborativos. A Rede das TVs e Rádios Comunitárias do Rio Grande do Sul é ligada ao Consórcio das Universidades Comunitárias Gaúchas (COMUNG). Aborda-se as formas como as Instituições podem apropriar-se desse processo experimental e pioneiro, que trabalha de forma colaborativa e através da cooperação constrói um novo modelo de gestão para os veículos de comunicação universitários. Discorre-se também sobre as experimentações realizadas ao longo do projeto que integra atualmente 13 ICES.

Palavras-chave: Governança. Rede Prosa. Televisão. Rádio. COMUNG.

This article looks to historicize Rede Prosa ever since its conception, characterizing its ways of working and portraying its collaborative processes. The Community TVs and Radios of Rio Grande do Sul (Rede Prosa) is linked to the Association of Communitary Gaúcho Universities (COMUNG). It addresses the forms in which the institutions can appropriate these experimental and pioneer processes and works in a collaborative and cooperative way. The association also works to construct a new method of administering for the university channels of communication. It focuses on the experimentations realized throughout the project that is composed of 13 ICES.

Key-words: Governing. Rede Prosa. Television. Radio. COMUNG.

Introdução

Imersos aos espaços universitários compostos de milhares de olhares e pensamentos divergentes, que permeiam desde a formação acadêmica até as relações de mercado estão as TVs e Rádios universitárias. Veículos que em sua grande maioria precisam estar inseridos em atividades que busquem essa modelagem educacional dos estudantes, mas que também são carregadas de responsabilidades de exibição de conteúdos institucionais e de editoriais generalistas.

Emissoras que emergiram de um processo recente e que, hoje, ainda tentam em seu cotidiano levar em conta especificamente cada modelo de gestão da instituição ao qual pertencem para firmarem-se como um setor fundamental ao esqueleto institucional e à comunidade que estão inseridas. O caráter comunitário das ICES está presente como balizador do senso de responsabilidade que norteia o exercício do papel midiático destes veículos. Os valores organizacionais que distinguem e agregam a relação comunitária efetivamente são normas e padrões de conduta de todos os setores e indivíduos que se unem ao ambiente das ICES e por extensão as emissoras televisivas e rádios ou aos laboratórios dessas áreas.

Estas televisões e rádios precisam, mesmo com o caráter experimental que carregam em sua identidade, por trabalharem diretamente com alunos além dos profissionais que as compõe, criar uma imagem perante a sociedade de veículos de relevância. Fator que se materializa no pertencimento e no fortalecimento de seu papel como canal de conexão com

o ambiente organizacional, tanto interno quanto externo. Logo, esses mesmos veículos ainda se tornam capazes de disponibilizar a todos os públicos envolvidos informações de seu interesse, bem como cumprir seu papel de catalisadores de debates e transformações sociais, com um olhar local e envolvimento global. Tendo em vista a função dos veículos universitários de formar e capacitar alunos levando em consideração a qualidade do produto final que é um dos fatores fundamentais para o interesse e fidelização do público.

São notáveis as características semelhantes das emissoras universitárias e apesar das particularidades de cada universidade, surgem diversos pontos convergentes nos processos diários. Além disso, atrela-se ainda o fator regional, ou seja, quando é feito um recorte de uma determinada região ou até mesmo de um estado, como neste caso específico, o Rio Grande do Sul, percebe-se inúmeras características próximas desde a estrutura de trabalho, passando por formas de montagens de conteúdos e até mesmo nas percepções das conduções na gestão administrativa e editoriais dos veículos.

Assim, em meados de junho de 2011, emerge uma nova proposta de trabalho colaborativo, norteado pela cooperação e que busca em sua essência a integração das emissoras universitárias comunitárias gaúchas. A ideia concretizada, em novembro de 2012, institui uma nova rede, que surge da vontade de se fomentar novos conteúdos e de se criar um elo representativo. Dessa coletividade emana a Rede Prosa. E, como toda nova proposta, inicialmente ela surge em uma conver-

sa, e por se tratar de um bate-papo típico gaúcho, em uma dita: prosa.

Proseando: o trabalho em rede

A seguir, o artigo busca historicizar a Rede Prosa desde sua concepção, caracterizando as formas de trabalho e retratando os processos colaborativos. Cabe ressaltar que no seu princípio a Prosa tinha somente como foco a integração das TVs universitárias do Rio Grande do Sul e foi somente depois da rede consolidada que as rádios ligadas ao COMUNG se integraram a este movimento.

Por este motivo, pode-se afirmar que a Rede Prosa teve como base para sua formação características oriundas de colaboradores de emissoras de televisão universitária, logo para se entender o conceito e a temática dessas TVs, é necessário registrar que, “A TV Universitária tem como característica a segmentação e a regionalização” (TORVES, 2007, p. 98). Algo que está intrinsecamente relacionado à essência da Prosa que prima pela cooperação dos canais para uma integração na forma de se trabalhar. E, considerar as questões que permeiam a legislação no Brasil para essas emissoras é algo muito recente. Alguns aspectos, tais como leis, linguagens e aparatos técnicos são comuns e de ordem pré-concebida, mas ainda assim estes canais permitem que os interlocutores locais tenham voz e oportunidade de se expressarem e de trazerem olhares menos tradicionais e regionais aos temas debatidos, interconectando estas posturas através da Rede.

No entanto, mesmo ciente da implantação das TVs universitárias no País ter

¹ Mestre em Ambiente e Desenvolvimento (PPGAD) pelo Centro Universitário Univates (UNIVATES) e graduado em Jornalismo pelo Centro Universitário Univates (UNIVATES). Editor-Chefe da TV Univates. Coordenador da Rede Prosa. E-mail: mstaudt@univates.br

² Mestre em Comunicação Social pela Pontífice Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Docente permanente do curso de Comunicação Social do Centro Universitário Univates (UNIVATES). Coordenador da TV Univates. E-mail: sandro@univates.br

cerca de duas décadas, considerando a questão de prezarem por ofertar ao telespectador conteúdos em formatos ditos comuns, como noticiários, programas de entretenimento, lazer e debates, os enfoques são diferentes dos que privilegiam as emissoras comerciais, e, por isso, torna-se necessário à profissionalização dessas TVs para que assim, existam maneiras de subsidiar financeiramente os projetos (STAUDT; KIRST, 2013, p. 20). Algo que se vincula novamente a proposta da Prosa, já que através de atividades colaborativas surge uma possibilidade maior na busca de recursos. Portanto, a procura por novas posturas é construída em conjunto, bem como as soluções e recursos que são elaborados e obtidos, também são compartilhados conjuntamente.

Contextualizando, a história da Prosa teve como ponto inicial uma conversa informal entre os coordenadores de jornalismo das TVs das ICES do RS que estavam presentes no 4º Encontro de Jornalismo do Canal Futura, em Junho de 2011. Na ocasião, as seguintes universidades estavam representadas: Universidade de Caxias do Sul (UCS), Universidade Católica de Pelotas (UCPel), Centro Universitário Univates (Univates), Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) e Universidade de Passo Fundo (UPF). Após serem instigados a refletir sobre a produção em rede, através de palestras e debates que fizeram parte do evento, os jornalistas resolveram pensar em como regionalizar a ideia de criação conjunta. E, aparentemente de um simples intervalo, maneiras de estruturação de uma rede de cooperação entre as emissoras universitárias do RS começaram a ser elaboradas. Primeiramente, o grupo pensava em trabalhar para ter uma ferramenta que fosse um auxílio na troca de conteúdos e que em segundo lugar, fomentasse um local de compartilhamento de experiências entre os profissionais e estudantes das emissoras.

A partir deste movimento inicial, ao longo do mesmo ano, contatos via e-mail e telefônicos foram estabelecidos para aproximar os representantes dos canais, já que até então o único momento de conversa entre eles haviam sido os encontros anuais de jornalismo do Canal Futura. Ao longo deste mesmo período, ocorreram algumas trocas isoladas de matérias entre as universidades parceiras, e que apesar de produtivas em um primeiro momento, tornaram-se processos que não estabeleceram unidade e uma identidade à proposta.

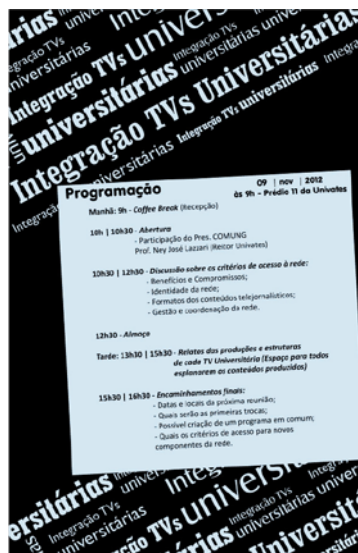
Em 2012, as conversas continuaram, e, novamente, no encontro de jornalismo do Canal Futura em bate-papos informais o assunto voltou a pautar os representantes do sul do País. Na ocasião, mais duas universidades gaúchas apontaram interesse no projeto: o Centro Universitário Franciscano (UNIFRA) e a Universidade

de Santa Cruz do Sul (UNISC).

Especificamente no dia 09 de novembro do mesmo ano, após contatos feitos entre as ICES que já estavam discutindo a proposta de construção em rede, o Centro Universitário Univates, localizado, em Lajeado, no Rio Grande do Sul, sediou o 1º Encontro das TVs Universitárias Gaúchas. Participaram representantes de seis instituições: Univates, UCPel, UCS, UNIFRA, Unisinos e UNISC. Entre as propostas, além de relatos das produções e a estrutura de cada TV, estava a discussão sobre os critérios de acesso a rede e qual seria a delimitação estabelecida. Então, como elo, foi determinado que a forma de ingresso à rede devesse ter como critério norteador a obrigatoriedade de a universidade ser credenciada ao Consórcio das Universidades Comunitárias Gaúchas (COMUNG). O COMUNG é o maior sistema de educação superior em atuação no Rio Grande do Sul. Atualmente, são 15 instituições que fazem parte do consórcio.

Figura 1

Programação do primeiro encontro



Fonte: Univates (2012)

Figura 2

Apresentação da proposta de uma rede



Fonte: Registrada e cedida pela Univates (2012)

Ao final do evento ficou definido também que os encontros seriam itinerantes e que, apesar de não terem datas pré-estabelecidas naquele primeiro momento,

cada instituição seria responsável por sediar uma vez o encontro. Na ocasião, foi acordado que a Univates seria inicialmente a gestora da rede com o apoio da Unisinos. Fato que permanece desde então.

Operacionalmente, desde o primeiro encontro da rede, foi determinado que o endereço para compartilhamento tivesse como base a Univates, através de um endereço de FTP³ sendo este o local destinado para a transferência dos materiais produzidos pelo grupo. Essa plataforma tecnológica, que apesar de simples quando analisada sob o aspecto do manuseio, acaba sendo o ponto que comporta uma grande quantidade de produtos confeccionados pela rede, tornando-se um banco de registros audiovisuais de diversas partes do estado, já que a rede possui pluralidade nas construções dos materiais por ter as ICES localizadas em diversas regiões do Rio Grande do Sul. Atualmente além do servidor da Univates, outras formas de envio facilitam o processo, como o uso de WeTransfer e o compartilhamento através de Google Drive.

No segundo encontro, sediado na UCS no dia 09 de maio de 2013, após serem encaminhados convites para todas as ICES ligadas ao COMUNG, mais duas instituições aderiram ao projeto, o Centro Universitário Metodista (IPA) e a Universidade Feevale de Novo Hamburgo (FEEVALE), totalizando até então nove instituições. Na ocasião, diversos temas foram debatidos, e, depois de inúmeros pontos ligados as áreas de produção e trocas de conteúdo, chegou-se também ao consenso quanto à nomenclatura que seria incorporada ao grupo, denominada como: Rede Prosa. A explicação para o nome dá-se em razão de ser um termo acessível quanto ao conteúdo utilizado para criação da arte e identidade da rede, como também por ter uma sonoridade considerada pelos representantes que estavam no encontro como ideal. Além de, fundamentalmente, ser um termo regionalmente instituído no Rio Grande do Sul, pois quando se fala em conversar no estado, se traduz como prosear.

Ainda na UCS foi acordado que além da prática que já acontecia desde 2011, das trocas isoladas das matérias pelas emissoras, o primeiro produto de conteúdo construído em conjunto efetivamente e que teria uma temática única com características de produção em rede, seria a geração de uma série confeccionada exclusivamente pelos componentes da Prosa e de pauta firmada em comum acordo pelo grupo. Essa acaba sendo a tônica da Prosa, já que a cada encontro sempre se avalia as séries produzidas em conjunto pelas emissoras e projeta-se a nova produção, estabelecendo a próxima temática a ser construída pelo grupo. O que permite que as realidades microrregionais se-

jam respeitadas, ouvidas e consideradas no debate e na discussão que se propicia com as séries.

Assim, tornando a Prosa uma ferramenta de desenvolvimento das próprias ICES já que existe a prospecção de uma instituição alicerçada na outra através do dialogismo, como também propicia um auxílio aos canais dando-lhes um estímo maior em sua grade de programação, além de um visível enriquecimento cultural para comunidade na qual a instituição esta inserida em função da diversidade de conteúdos produzidos em várias regiões do estado e também através de um efeito de espelhamento, pois ajuda no desenvolvimento pessoal e profissional dos acadêmicos e profissionais envolvidos direta e indiretamente nessas produções. Atualmente, conjuntamente, já foram criadas cerca de 130 matérias, com aspecto audiovisual diferenciado, pelas universidades integrantes da Rede Prosa, totalizando uma média de mais de 10 horas de conteúdos.

Dessa forma, a rede por estar alicerçada por TVs universitárias carrega uma boa projeção de crescimento para as integrantes da Prosa, é o que corrobora com o bom momento que passam as TVs Universitárias e pelas possíveis chances de crescimento do segmento, devido ao número de canais comerciais não aumentarem de forma significativa no País (MAGALHÃES, 2011, p. 23). Assim, o maior interesse pelos assuntos do campo público e a possibilidade de abertura do leque criativo audiovisual com novos produtos e, consequentemente, inovadores modelos de negócios que as emissoras podem oferecer se detêm aos canais universitários, além de efetivos meios de participação das comunidades na busca por suas soluções, que passam muito fortemente pela atuação das ICES.

Um dos aspectos que são relacionados aos conteúdos produzidos pela rede é a busca pela alta qualidade na produção, principalmente, de imagens, sendo descrita pelos integrantes como matérias com excelente desempenho plástico e com riqueza na diversidade de fontes.

Figura 3

O senso estético visual e textual é levado em consideração pela rede



Fonte: Univates (2015)

Entre as discussões estabelecidas pelos representantes da Rede Prosa leva-se sempre em consideração o modo de funcionamento da mesma. Em nenhum

momento a rede pode dificultar os processos produtivos já existentes nas emissoras universitárias e sim, deve obrigatoriamente ser um suporte e um possível banco de conteúdos para as emissoras colaboradoras. Busca-se respeitar o perfil e as especificidades de cada componente da rede, pois a cultura organizacional de cada ICES é rica e própria.

O terceiro encontro do grupo aconteceu na Unisinos, em São Leopoldo, no dia 20 de junho de 2013. Na universidade, o grupo definiu que seriam enviados convites diretamente para cada instituição credenciada ao COMUNG que ainda não estavam na rede, independente de ter ou não um canal universitário.

Cabe ressaltar que alguns dos atuais integrantes da rede, como o Centro Universitário do IPA (IPA), não tem um setor de TV ou rádio, somente trabalha com o curso de comunicação social e consequentemente, disciplinas ligadas às áreas audiovisuais e radiofônicas, porém, faz parte da rede utilizando-a como uma plataforma de troca de experiências e como envio de materiais produzidos em sala de aula pelos estudantes. Este poderia ser um dos exemplos como esta forma de trabalho conjunta traz resultados positivos. Apesar da Prosa ter em sua essência a troca de conteúdos produzidos em rede, o fato de aproximar profissionais e estudantes de outras universidades amplia a possibilidade de conhecimentos e de vivências de mercado. Criando um espaço de cooperação entre as instituições, mesmo que algumas destas universidades não tenham um veículo, isto não caracteriza um empecilho. Neste caso, aderir ao movimento torna-se uma forma de prospecção de um possível projeto para uma emissora, já que estar no grupo significa conhecer possibilidades e formas de atuar na área.

Figura 4

Programação do quarto encontro da Rede Prosa



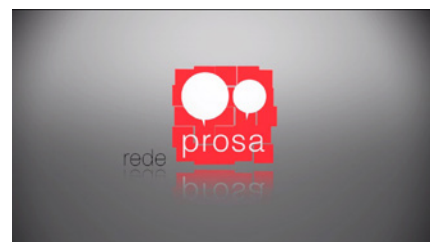
Fonte: FEEVALE (2013)

No quarto encontro, sediado pela FEEVALE na cidade de Novo Hamburgo, no dia 29 de agosto de 2012, a Rede Prosa teve mais uma adesão, se juntou ao grupo a Universidade de Cruz Alta (Unicruz), totalizando até então, 10 ICES na rede gaúcha. Na oportunidade, um representante do Canal Futura esteve presente no evento para acompanhar como estava funcionando o processo de estruturação da rede. A partir desse ponto, percebe-se que o modelo pioneiro da Prosa se torna exemplo para o restante do País.

Desde a concepção da produção colaborativa até a consolidação da Rede Prosa, sempre se discutiu a formação de um grupo que priorizasse a construção conjunta. Por isso, todas as definições são debatidas nos encontros e quaisquer confecções de novas ferramentas para as atividades da rede passam pelas possibilidades de alguma instituição da Prosa ser responsável pela tarefa. A vinheta é um exemplo disto, a ideia da peça gráfica passou pelo grande grupo, já a execução ficou a cargo da equipe da Univates e a sonorização da UCPel.

Figura 5

Abertura das matérias produzidas pela Rede Prosa



Fonte: Univates (2013)

O quinto encontro da rede e que encerrou as atividades do ano de 2013 teve como sede a UPF, na cidade de Passo Fundo, no dia 5 de dezembro. Este evento carregou uma conotação diferente. Mais do que de um encontro de discussão do processo de construção em rede e das questões técnicas, serviu para avaliações e um dia de confraternização, já que se tratava do final de ano. A partir deste encontro, todos os eventos da rede, além das discussões operacionais, carregam em um segundo momento palestras de capacitação.

Figura 6

Último encontro de 2013



Fonte: Registrada e cedida pela UPF (2013)

Em 2014, a rede teve mais cinco encontros que aconteceram, respectivamente, em Santa Maria, na UNIFRA, Pelotas na UCPEL, novamente em Lajeado na Univates, na cidade de Bento Gonçalves organizado pela UCS e em Santa Cruz do Sul na UNISC. Ao longo do ano outras conquistas foram contabilizadas já que outras ICES se inseriram no projeto como: a Universidade de Ijuí (UNIJUI) e Centro Universitário La Salle (Unilasalle), formando um grupo composto por 12 ICES. Isto propiciou que as séries produzidas em conjunto também crescessem quantitativamente e qualitativamente. A partir deste ano, as rádios universitárias dessas ICES também passam a integrar a rede.

Figura 7
Último encontro de 2014



Fonte: Registrada e cedida pela UNISC (2014)

Já em 2015, o primeiro semestre marcou o encontro com o maior número de participantes em um evento da Rede Prosa, cerca de cem integrantes estiveram presentes na cidade de Novo Hamburgo para o décimo primeiro encontro da rede. No primeiro semestre do mesmo ano, ocorreu mais um encontro que foi na cidade de São Leopoldo na Unisinos.

Figura 7
Último encontro de 2014



Fonte: Registrada e cedida pela FEEVALE (2015)

No segundo semestre, aconteceu o décimo terceiro encontro da rede, que ocorreu no dia 16 de outubro, na cidade de Ijuí, este evento foi realizado dentro da Exposição-Feira Industrial e Comercial de Ijuí/Festa Nacional das

| Tabela 1 – Resumo de encontros e séries da Rede Prosa | | |
|---|------------------------|---|
| ICES | CIDADE | SÉRIE |
| Univates | Lajeado-RS | X |
| UCS | Caxias do Sul-RS | Variações linguísticas |
| Unisinos | São Leopoldo-RS | Literatura |
| FEEVALE | Novo Hamburgo-RS | Processo da erva-mate |
| UPF | Passo Fundo-RS | Voluntariado |
| UNIFRA | Santa Maria-RS | Índios e Negros |
| UCPEL | Pelotas-RS | Esporte adaptado |
| Univates | Lajeado-RS | Arte de rua enquanto contra cultura |
| UCS | Bento Gonçalves-RS | Relação comunidade x água |
| UNISC | Santa Cruz do Sul – RS | E o produto, vai como? |
| FEEVALE | Novo Hamburgo-RS | Como o resíduo é reaproveitado em sua região? |
| Unisinos | São Leopoldo-RS | Bibliotecas e Direitos humanos |
| Unijui | Ijuí – RS | Turismo e Impactos da tecnologia |
| UCS | Caxias do Sul-RS | Trens e Arquitetura |
| Univates | Lajeado-RS | Além da crise e Imigrantes |

Fonte: Dos autores.

Culturas Diversificadas (Expoijui/Fenadi) e encerrou as atividades do ano.

Em 2016, o primeiro semestre ficou marcado pelo décimo quarto encontro com sede em Caixas do Sul e, foi nesta data o ingresso da Universidade da Região da Campanha (URCAMP) da cidade de Bagé, totalizando 13 parceiras no processo. Na segunda metade do ano, a Univates recebeu o décimo quinto evento. Para 2017, estão programados mais dois encontros, acontecendo, respectivamente, em Passo Fundo, no primeiro semestre, na UPF e, em Novo Hamburgo, no segundo semestre, na FEEVALE.

Sistematiza-se na forma de tabela os locais onde foram realizados os encontros da Rede Prosa e também as temáticas das séries produzidas pelas ICES que fazem parte do grupo.

Tchê*: continua-se proseando

A iniciativa da construção em rede com um caráter regional torna-se fundamental para todos que estão de uma forma direta ou indireta ligados ao que se produz, ou seja, os veículos de comunicação institucionais são excelentes possibilidades de projeção para suas próprias instituições. A Rede Prosa tem como meta continuar o trabalho de aproximação das emissoras universitárias no Rio Grande do Sul e fomentar o desenvolvimento em conjunto. Para a Prosa não basta ser integrante, as ICES que se unem ao grupo precisam estar envolvidas no propósito de cooperação

e trabalho de forma colaborativa.

Nota-se através das descrições feitas nesse artigo que a Prosa atua de forma experimental, mas que ao longo desses anos de atividades já conseguiu construir uma aparência consolidada perante as instituições as quais pertencem às emissoras de TVs e rádios, e, que as atividades realizadas evoluíram, isso partindo da premissa de alinhamento permanente e constante do projeto de rede com caráter regional e estadual.

A busca por recursos próprios oriundos da rede mostra-se algo extremamente viável pelo potencial que possuem e pelas chancelas que representam em um movimento coeso e, principalmente, por terem fortes influências comunitárias onde estão inseridas. Além disso, a padronização de uma linguagem seja ela visual ou textual é algo que já se mostra superado, bastando uma homogeneização breve nos detalhes dos materiais confeccionados. E a partir de recursos resgatados pelo serviço prestado da Prosa, além dos veículos como TVs e rádios, as próprias ICES serão beneficiadas com a sustentabilidade financeira a qual as emissoras almejam.

Essa rede é uma espécie de mecanismo, o meio, para transformar os veículos universitários. Somam-se forças para disseminar a informação e moldar o comunicador, além de trazer conteúdo diversificado culturalmente para a sociedade e projetar, mesmo que em longo prazo, uma sustentabilidade financeira para as emissoras de TVs e rádios do COMUNG.

REFERÊNCIAS:

CENTRO UNIVERSITÁRIO DO VALE DO TAQUARI (UNIVATES). Programação 1º Encontro Rede Prosa. Lajeado, 2012. 1 folder.

CONSÓRCIO DAS UNIVERSIDADES COMUNITÁRIAS GAÚCHAS (COMUNG). Sobre o COMUNG. Rio Grande do Sul, 2014. Disponível em: <<http://www.comung.org.br/sobre-o-comung/>>. Acesso em: 19 jun. 2015.

STAUDT, Marcus; KIRST, Sandro. Telejornais Universitários: Uma análise descritiva e comparativa entre TV Univates e TV UCPel. Lajeado: Centro Universitário Univates, 2013.

BRASIL. Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/leis/L8977.htm>. Acesso em: 20 jun. 2015.

_____. Lei nº 12.881, de 12 de novembro de 2013. Dispõe sobre a definição, qualificação, prerrogativas e finalidades das Instituições Comunitárias de Educação Superior - ICES, disciplina o Termo de Parceria e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12881.htm>. Acesso em: 22 jun. 2015.

MAGALHÃES, Cláudio M. TV Universitária e sustentabilidade. São Paulo: Anadarco Editora, ABTU, 2011.

REDE PROSA. Universidade. [S.l.], 2012. Disponível em: <facebook.com/redeprosa>. Acesso em: 22 jun. 2015.

TORVES, José Carlos. Televisão pública. Porto Alegre: Evangraf LTDA, 2007.

UNIVERSIDADE DO FEEVALE. Programação 4º Encontro Rede Prosa. Novo Hamburgo, 2013. 1 folder.

Vidas e Bebidas é lançado na Espanha

DOCUMENTÁRIO SOBRE A CACHAÇA É LANÇADO NO TV MORFOSIS ESPANHA

Criada há mais de 500 anos e presente em muitas festas e bares brasileiros, finalmente a cachaça recebeu o seu reconhecimento internacional. Lançada, em maio, no evento internacional TV Morfosis edição Espanha, a produção audiovisual trata a história, variações, curiosidades e impacto na cultura que o destilado trouxe ao Brasil.

Parte de uma série de documentários denominada “Vidas e Bebidas”, a edição brasileira teve como idealização e produção os alunos, professores e corpo técnico da TV Unipap (Universidade do Vale do Paraíba), em parceria com a Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) e associadas, além do apoio de

produtoras, músicos e locutor da região.

Foram quase dois anos entre pesquisa e produção, com imagens realizadas no Vale do Paraíba, litoral sul do Rio de Janeiro, Paraty, Fortaleza e Piracicaba, no interior de São Paulo

O projeto contou com a última entrevista do historiador Ocílio Ferraz, fale-

cido em 2016, que discorreu sobre a importância da cachaça como integradora da cultura nacional: cachaça é a bebida que nos une como um só povo, pois está em todo o Brasil. O documentário é exibido em 43 canais televisivos universitários no Brasil e exterior, além de canais parceiros em Los Angeles, Colômbia e Espanha.



TV Unifor comemora 12 anos com novos projetos

Em 2017, a TV Unifor celebra 12 anos de atividades. Para marcar essa data, a Universidade de Fortaleza desenvolveu uma série de projetos e ações. O objetivo é fazer deste veículo um canal de comunicação cada vez mais contemporâneo, atrativo e educativo.

Entre as atividades, a TV Unifor recebeu a consultora Samira Salomão, profissional com mais de 14 anos de experiência na TV Globo, para uma consultoria na área de Programação. A iniciativa faz parte do projeto de construção da nova identidade visual da TV Unifor. O objetivo dessa fase do projeto é analisar e planejar o funcionamento da programação, dos tipos de chamadas e das campanhas que podem ser desenvolvidas.

Também foram realizados dois encontros com os professores orientadores e estagiários da TV Unifor, quando a consultora explanou sobre a programação e os tipos de chamadas que podem ser desenvolvidas no veículo.

Além da consultora, a TV também recebeu a visita do repórter e editor de conteúdo web do portal de notícias G1 de Brasília, Gabriel Luiz, que promoveu uma oficina sobre produção e edição de



conteúdo audiovisual para os alunos e colaboradores. A iniciativa, promovida pela consultora Virgínia Queiroz, teve

como objetivo incentivar o uso de dispositivos móveis e aprimorar técnicas de registro e produção de reportagens.

pílulas

A pedido da TV PUC, Anatel desenvolve ferramenta que mensura alcance em TVs por assinatura



“A quantos lares de TV por assinatura pode chegar minha emissora?”. Até pouco tempo, essa informação era desconhecida para a maioria das TVs Públicas e Universitárias que não disponibilizam verba para custear ferramentas de medição de audiência. No entanto, uma solicitação da TV PUC juntamente à ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) resultou no aperfeiçoamento e publicação da ferramenta que apresenta os números do alcance do Canal Universitário de São Paulo, do qual a TV PUC faz parte. Esse método, disponível no site da ANATEL, possibilita que qualquer pessoa saiba quantos são os assinantes de TV por

assinatura na sua cidade e por operadora.

Com esse novo recurso, é possível mensurar a quantidade de residências que a TV PUC pode alcançar. Na cidade de São Paulo, por exemplo, a NET possui 1.768.325 assinantes e os da VIVO totalizam 332.483, conforme dados de janeiro de 2017. Conclui-se que a TV PUC chegou, nesse período, a mais de 2,1 milhões de lares.

“Esse número é fundamental para que se justifique e se desenvolvam os trabalhos das TVs públicas que, por seu caráter não-comercial, não têm receita para custear pesquisas de audiência e aferição de alcance e impacto. Agora sabemos, ao menos, a quantos lares chega o nosso si-

nal”, explica o diretor-geral da TV PUC, professor doutor Julio Wainer.

Os funcionários Marcelo Nicoló, Rafael Souza e o estagiário Paulo Junqueira geriram essa solicitação ao longo de 18 meses. O resultado alcançado está disponível para quem quiser desfrutar, sejam TVs públicas (universitárias, comunitárias, educativas) ou comerciais de pequeno alcance, em todo o Brasil.

Quem desejar mais informações de como seguir o tutorial e obter os dados referentes à sua cidade, pode entrar em contato com Marcelo Nicoló mnicolo@pucsp.br ou Paulo Junqueira pecjunqueira@pucsp.br.

Escola e tecnologia: um diálogo necessário

Maria Lúcia Miranda Afonso¹

RESENHA de: MAGALHÃES, Cláudio Márcio. TVE E ESCOLAS - Propostas para projetos entre as TVs Educativas e Escolas de Ensino Básico. Belo Horizonte: Associação Brasileira de Televisão Universitária – ABTU, 2017. ISBN: 978-85-89518-04-8.



A escola pública surgiu em meados do século XIX, a partir do interesse do capitalismo em preparar as gerações para outro modo de vida, mas, também, das demandas de acesso ao conhecimento, como um bem de cidadania e instrumental para a vida. Tradição e inovação sempre se confrontaram na história da escola, gerando uma ambivalência entre o desejo de desenvolvimento e a resistência às novas metodologias.

Hoje, no Brasil, o ensino fundamental é garantido como direito e está quase universalizado. A expansão da escola pública, no século XX, aconteceu lado a lado com o reconhecimento de crianças e adolescentes como cidadãos e pessoas em desenvolvimento, ativas e criativas, capazes de compreender e criar sentidos. Trata-se de uma inovação: para esses cidadãos, é preciso repensar a educação e as relações educativas.

Como contribuir para essa transformação pedagógica? A escola, que se mantinha, orgulhosa, como centro de excelência do saber na sociedade, precisa olhar para os lados e descobrir de onde e por quais meios está sendo produzido o conhecimento e sua aplicação nas diversas esferas da vida. Nesse entorno, encontra a Televisão Educativa

(TVE). E a primeira reação é negar a sua relevância. O celular, a televisão, a câmera e outros só serviriam para fins mundanos, desprezíveis diante dos valores do admirável mundo velho. Podem ser usados nos espaços cotidianos, mas nunca na sala de aula!

Ora, é nesse momento que se precisa de um bom diálogo para compartilhar e construir novos sentidos. É nesse registro que se coloca essa bela cartilha intitulada “TVE e escolas: propostas para projetos entre as TVs educativas e escolas de ensino básico”. Trata-se de um texto claro, agradável, colorido e, principalmente, inteligente e criativo.

A produção da cartilha envolveu uma equipe coordenada pelo Prof. Cláudio Márcio Magalhães, e os bolsistas de iniciação científica Izabella Fonseca Costa, Luiz Cláudio França Santos Magalhães e Victor Alves de Almeida Soares. O projeto gráfico é de Victor Alves de Almeida Soares e a revisão de Valéria Gonçalves.

A cartilha é um produto técnico fundamentado em pesquisas, realizadas entre 2014 e 2016, no Programa de Iniciação Científica e Tecnológica da Coordenação de Pesquisa do Centro Universitário UNA, com apoio do Programa de Pós-Graduação em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local (Centro Universitário UNA), da Associação Brasileira de Televisão Universitária e da Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais – FAPEMIG.

As Televisões Educativas (TVE) existem há mais de 50 anos, e funcionam, hoje, em grandes emissoras estatais e também em diversos municípios brasileiros (Magalhães, 2017). Entretanto, ainda não existe um laço entre elas e as escolas. O Prof. Cláudio defende que, se uma TV é educativa, então deve dialogar com as escolas formais, além de outros espaços educativos. Busca-se não uma inovação meramente tecnológica, mas uma intervenção pedagógica que possa fortalecer a qualidade da educação, a cidadania de crianças e adolescentes, as competências dos professores e trazer resultados para a comunidade.

As pesquisas mostraram que, em Minas Gerais, 100% das TVEs acreditavam ser educativas, mas apenas 81% mantinham alguma atividade com escolas e, principalmente, com universidades. Dentre os educadores, 83,4% afirmaram que não havia relação entre a TVE e a escola. Porém, um terço das escolas admitia que havia a possibilidade de criar um relacionamento com as TVEs (Magalhães, C.; Costa, I.; Magalhães, L.C.F.S, 2016).

Assim, foram construídos 14 projetos para realização conjunta entre TVE e escolas. Incluem a cobertura de atividades na escola (como feira de ciências, eventos esportivos e culturais), programas comunitários, oficinas de reportagem, programas infantis, entrevistas com educadores e pessoas da comunidade, dentre outros. São projetos que podem ser articulados, documentados, mensurados e avaliados.

A cartilha faz sugestões flexíveis sobre gravação e edição de programas e interprogramas: usar equipamentos da TVE ou da escola, bem como os equipamentos móveis dos alunos. Reitera-se a necessidade da participação dos alunos, além de apontar uma maneira de se usar os celulares/tablets na produção de conhecimento. As novas tecnologias podem contribuir para ampliar a participação de todos os envolvidos no processo educacional. Por exemplo, a edição do material pode ser feita pela equipe da TVE ou pela escola, ou em conjunto, incluindo os estudantes, em todos os passos do processo e estimulando as suas competências. Isto possibilita a participação ativa, com maior compartilhamento entre educadores e educandos.

A cartilha oferece um roteiro para criação de projetos, desde o título até os resultados, buscando caminhos viáveis, dicas para captar financiamentos e mensurar resultados. Não se trata apenas de sugerir técnicas, mas de desenvolver um olhar pedagógico que cria um laço entre as escolas e a TVE, dirigindo também o olhar para a comunidade: quais são os acontecimentos a serem cobertos? Que sentimentos de identidade são provocados? Há valori-

¹ Psicóloga, Mestre e Doutora em Educação. Professora no Programa de pós-graduação em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local/Centro Universitário UNA.

zação da experiência local como plena de sentido para as pessoas que a vivem.

Conforme argumenta o Prof. Cláudio, é preciso ensinar a linguagem do audiovisual para os jovens. Ora, mas eles já não sabem? Sim, mas a apropriação desses equipamentos para a produção do conhecimento recria a relação com

a tecnologia. É como saber falar português, e precisar também escrever em português. Como aprender a falar uma nova linguagem e descobrir as suas diversas aplicações. E por que não na escola? E por que não para a escola?

Assim, no momento em que a sociedade é transformada por sua produção

mediática, em que a escola problematiza o seu papel na sociedade, e em que se indaga sobre como, por quem e para quem o conhecimento é produzido, esta cartilha lança a ideia de que o laço entre escola e TVE é um passo importante para aproximar a educação, a comunicação e o desenvolvimento local.

REFERÊNCIAS:

Magalhães, C.; Costa, I.; Magalhães, L.C.F.S. Concepções sobre TVE e um estudo sobre as TVs educativas e as escolas em Minas Gerais. In: Nagamini, E. (org.). Processos educativos na interface Comunicação e Educação. Ilhéus, BA: Editus, 2016. – (Série Comunicação e Educação; v.2).

Magalhães, C.; Costa, I.; Magalhães, L.C.F.S. A TV Educativa brasileira é educativa? Um estudo das relações entre a TVE e as escolas locais. Revista. Comunicação Midiática: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação / Universidade Estadual Paulista, Bauru/SP, V. 11, N. 2, maio/agosto, 2016.

A cartilha poderá ser baixada na seção de Publicações na página da ABTU: www.abtu.org.br/publicacoes

Fórum Internacional de Televisão TV Morfosis

A comunicação passa por diversas transformações. E entendê-las é fundamental para produzir conteúdos audiovisuais cada vez mais coerentes com as tendências de mercado e tecnologias. O TV Morfosis promove debates e levanta questões sobre a atual situação da televisão. O evento que é uma iniciativa da Universidade de Guadalajara, acontece no Brasil através do apoio da ABTU (Associação Brasileira de Televisão Universitária).





Associação Brasileira de Televisão Universitária

www.abtu.org.br