Desafios à produção e difusão do audiovisual na fase da convergência digital.(*)

Álvaro Benevenuto Jr. (**)

Resumo

O trânsito intenso de informações na internet, a velocidade das relações humanas, a facilidade de produção de conteúdos e a múltipla difusão de conteúdos digitais criam importantes desafios para as investigações da área da Comunicação Social. O texto que segue pretende refletir sobre os impactos que esta fase da comunicação provoca, especialmente com a abertura de várias brechas para realização e difusão audiovisual. A partir de investigação e de experiências com a difusão de conhecimentos, esta reflexão apresenta relatos de investigação sobre a difusão de conteúdos temáticos da saúde em televisão aberta e de oficinas de produção audiovisual.

Palavras-chave: televisão, convergência digital, produção de conteúdos digitais.

Introdução

A digitalização dos meios de comunicação observada nos últimos trinta anos provoca os atores envolvidos na formação de comunicadores a pensar em atitudes possíveis para serem aplicadas, tendo em vista o propósito de contemplar as demandas derivadas deste processo. Isso implica em refletir a respeito das negociações entre as disciplinas das ciências sociais, da saúde, das engenharias e da informática para incentivar atitudes pedagógicas que capitalizem ações multidisciplinares no processo ensino-aprendizagem dos profissionais da mídia.

A tarefa não se limita ao ensino da Comunicação Social, pois a complexidade da vida contemporânea, especialmente quando as atitudes comunicativas permeiam todos os campos do conhecimento acadêmico e popular cobra maior criatividade nos processos de preparação dos novos profissionais. Essa condição estabelece um novo desafio aos pesquisadores da área das ciências sociais: buscar outras referências metodológicas que dêem conta dessa complexidade. Isso porque ao perceberem os impactos das mudanças que o avanço da tecnologia provoca na sociedade e por estarem em constante processo de análise das correlações entre os grupos, os pesquisadores se colocam como principais protagonistas dessa agenda.

(*) Trabalho apresentado ao Intercom Sul, na Divisão Temática Comunicação audiovisual durante o X Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul.

(**) Doutor em Ciências da Comunicação (UNISINOS), pesquisador CNPq, titular do Núcleo de Pesquisa Discurso, Comunicação e Sociedade da Universidade de Caxias do Sul. Professor de produção audiovisual e Jornalismo para televisão. Endereço eletrônico: abenevenutojr@gmail.com.

Esse texto propõe, a partir de experiências implementadas em pesquisa no âmbito da produção audiovisual em saúde, pensar sobre essas negociações em busca de propostas metodológicas para aplicar a criatividade na preparação de comunicadores.

Tudo junto, ao mesmo tempo

Até a primeira metade do século XX, poucos imaginavam que os meios de comunicação atingiriam o grau de convergência tão complexo como o que se percebe neste momento, apesar das tecnologias de comunicação estarem suscetíveis a estes movimentos. A comunicação digital hoje, da maneira na qual se encontra, provoca interpretações apressadas - e até mesmo equivocadas- a respeito das características únicas dos meios.

Um exemplo é o que acontece com o rádio digital. Na origem, este meio transmitia somente sinais de áudio, apenas a difusão de voz. Essa característica técnica, reservada à difusão de sinais sonoros, moldou um sistema de produção de conteúdos que se preocupou exclusivamente com os textos a serem falados.

Esta mídia não teve que se preocupar diretamente com a estética visual, ao contrário do cinema e da televisão, depois da década de 1930. Suas rotinas de trabalho envolveram, por longo tempo, equipes pequenas em relação aos grupos envolvidos na realização cinematográfica, refletindo na operação simplificada de equipamentos e que resultou na agilidade do rádio. Para o jornalismo, essa característica proporciona-lhe a oportunidade de estar onde e na hora que os fatos acontecem. Além disso, significa custos de financiamento menores.

Mais tarde, a tecnologia da radiodifusão se estendeu para a emissão de sinais do código Morse, potencializando os serviços do telégrafo e, mais tarde, compartilhou sua capacidade de irradiação com os sinais de teletipo (telex). Com a migração para o ambiente digital, o rádio - enquanto tecnologia - integrou a oportunidade de difundir textos e, até, imagens em seu espectro.

As alternativas de realizar atividades até então impossíveis para o meio, provocaram a sofisticação nos cuidados de produção, inserindo as preocupações com a estética visual num ambiente de difusão sonora[1]. Essa situação acontece porque o sinal radiofônico digital permite a transmissão simultânea do som e de outros dados que vão

[1] Apesar da possibilidade técnica projetada, a transmissão de imagens pelo meio rádio ainda depende do desenvolvimento de equipamentos capazes de exibi-las. Essa possibilidade se concretiza através dos aparelhos media players (MP4 e MP5), reprodutores de arquivos digitais e também receptores de rádio em Freqüência Modulada. Com a transmissão digital, e a migração das emissoras AM para a FM (como aconteceu em maio de 2008, com a Rádio Gaúcha, em Porto Alegre), a recepção de imagens através das ondas sonoras é viável.

compor elementos gráficos, como texto, logomarcas e fotografias em baixa resolução.[2] O envolvimento novos atores nas equipes de produção radiofônica também foi atingido pela mudança tecnológica, aumentando os custos de financiamento. Além disso, as formas de acesso à participação nos programas ganharam canais diferentes: pela internet e pelos telefones móveis.

Outro exemplo é a TV. Limitando-se ao ato de ver aquilo que é ofertado na tela, a migração da televisão para o ambiente digital envolveu elementos mais complexos porque ela trabalha com diferentes formas de expressão e três tipos de textos distintos: a imagem, o som e o texto escrito projetado na tela.

Diante da complexidade para construir seus conteúdos, a televisão montou sua rotina de produção com a participação de um grupo mais especializado e com maior número de profissionais[3], muito próxima da formatação de equipes do cinema, o que significa a obrigatoriedade do trabalho coletivo e sincrônico. Esta fórmula demanda grande número de profissionais e tem impacto direto na captação de maior volume de verbas para o financiamento da produção em TV.

Porém, com a digitalização e a diversidade dos equipamentos de captura de sons e imagens, a TV digital oferece mudanças na relação homem-receptor[4] ao dispor, a qualquer momento, a oportunidade de ver o que acontece muito além do alcance do olhar. Especialmente depois que o jornalismo conquistou posição relevante na grade de programas deste meio, foi o setor que mais se beneficia com a digitalização.[5]

Por fim, com a disseminação do uso do ambiente digital a partir da internet, os processos de produção dos conteúdos da comunicação na rede ganharam outros contornos. Afastaram-se da maneira sincrônica e colaborativa direta, imediata e presencial dos grupos profissionais percebidos tanto no rádio como na TV, para assumir a maneira individual de trabalho das informações. Esta mudança ocorreu em função, entre outras, da oferta de diferentes dispositivos de captura de sons e imagens (câmeras fotográficas, telefones celulares), das facilidades operacionais oferecidas pelos

[2] Não se considera os modos da recepção, nem mesmo as condições necessárias para o uso total dos recursos oferecidos. É importante saber que esta tecnologia permite a circulação desses dados, especialmente quando tem-se receptores sonoros em telefones móveis, com tela pequena.

[3] Além de redatores, locutores, artistas, editores, sonoplastas e técnicos operadores, característicos do rádio, a televisão cobra a participação de maquiadores, de cenógrafos, de operadores de câmera, de vídeo, editores de imagem e de som, eletricistas, entre muitos outros profissionais.

[4] Receptor entendido como equipamento eletrônico que sintoniza os canais de TV.

[5] É difícil precisar a data que o jornalismo se consolida na televisão, mas é relevante recordar que as primeiras transmissões deste meio, tanto na América do Norte, quanto na Inglaterra, foram de eventos de largo interesse público, a saber: a solenidade de coroação da rainha Elisabeth II e o lançamento da série *I love Lucy*, ambos na década de 1950. (Armes, 1999: 66-71)

computadores e seus *softwares* especialistas, que permitem uma pessoa executar múltiplas atividades da rotina de produção dos conteúdos da comunicação digital.[6]

Esse panorama, apesar de estar muito resumido, aponta algumas marcas provocativas para estudar os conteúdos preparados para as mídias digitais. Características que merecem a atenção da pesquisa, uma vez que os impactos deste outro momento midiático precisam ser apreendidos pela sociedade contemporânea. Estas questões, que merecem atenção especial, vão servir de referências para sustentar o foco deste trabalho, afinado para as demandas de ações multidisciplinares do audiovisual na corrida da convergência das mídias. Do ponto de vista da difusão, hoje, já não existem limites tão evidentes nas formas de distribuir conteúdos para o rádio, televisão, internet e, mais recentemente, telefones móveis da terceira geração. O que muda é o modo de recepção.

Comunicação e saúde: aproximações mais que possíveis

Ao perceber o estágio adiantado da convergência digital, depara-se com a pergunta: qual é a relação entre comunicação e saúde? A resposta imediata é "tudo". Mas ela não é suficiente para responder convincentemente a questão, tendo em vista que as processualidades estão bem distantes. As competências exigidas para uma, e outra, se encontram em lugares tão diferentes que o "tudo" da resposta ganha significado de nada.[7]

Tomando como pressuposto da análise o ser humano - elemento comum, tangível por qualquer outra ciência contemporânea -, ele frui de uma gama complexa de protocolos individuais e coletivos para garantir a sobrevivência que, *per si*, acaba convergindo atitudes e artefatos provenientes de áreas distintas visando ao propósito da vida. Apesar de superficial, essa é uma analogia suficiente para demonstrar a estreita relação entre a Comunicação e Saúde.

A afirmação provoca as articulações prepostas dos programas de estudos curriculares elaborados a partir das especialidades restritas aos propósitos especialistas

[6] Os eletroeletrônicos de captura de imagens, por exemplo, foram anexados aos *designers* dos equipamentos pessoais, com maior incidência nas máquinas fotográficas, aparelhos de telefone móvel e até computadores portáteis. Antes dos computadores, as câmeras fotográficas digitais são facilmente transformadas em filmadoras, bastando mudar o seletor. Hoje, os aparelhos de telefone móvel integram câmeras de foto e vídeo entre o menu de recursos. Essa tendência foi comentada por Trivinho, em 1994.

[7] O ponto de correlação entre os campos está no elemento comum de todas as disciplinas: o ser humano. Para a Comunicação, ele ocupa o papel do produtor-consumidor-emissor das mensagens; é o protagonista das ações comunicativas. Para a Saúde, o ser humano assume o lugar da personagem criadora de atitudes voltadas para a preservação das boas condições da vida, seja no papel de cuidador ou de paciente. A referência ao cuidador, aqui, envolve desde os profissionais que tratam diretamente com os problemas até os políticos, os quais são responsáveis pelas negociações de implantação de sistemas de atendimento às demandas geradas pela saúde.

de cada uma das disciplinas tradicionais das ciências e confirma a necessidade da universalização das atitudes científicas, que têm sido percebidas nas últimas décadas. Emerge o entendimento de que as ações individualizadas são insuficientes para a abordagem holística do ser humano, alvo primordial da ciência moderna.

Uma experiência de ação transdisciplinar no ensino e pesquisa promovida pelo Laboratório de Pesquisa sobre Práticas Integradas de Saúde (LAPPIS) apresentou resultados expressivos com a reunião de pesquisadores de áreas distantes, como a estatística e economia, ou aquelas virtualmente mais próximas, como a comunicação, para construir as ferramentas de análise do "Cenário da Saúde Suplementar na Região Sul do Brasil: inventário e análise de situação da regulação, cobertura assistencial e dinâmica de atores com maior atuação sub-setorial"[8.] (Ferla et al., 2008) O estudo interpretou a ação de uso e a recepção dos serviços pelos usuários do sistema e, para isso, a transversalidade de conhecimentos foi o elemento propulsor das atividades, baseadas nas oficinas que debateram as estratégias da ação científica e a análise dos dados coletados.

A busca de apoio explícito das metodologias exóticas à pesquisa em Saúde – por mais que a área esteja consciente de suas deficiências para interpretar os fenômenos sociais – traduziu o reconhecimento desse protocolo de convivência científica pra qualificar a interpretação dos dados recolhidos.

Na mesma direção, a pesquisa "Diagnóstico das estratégias de difusão de conteúdos e de produção audiovisual em Comunicação e Saúde na Região Sul" do Brasil[9], recorreu aos pressupostos das atitudes peculiares do trabalho global da Saúde para realizar oficinas de capacitação para o audiovisual através da troca de experiências individuais e coletivas para compor as mensagens de saúde difundidas e as alternativas de exibição. (Benevenuto Jr., 2008)

O pano de fundo desse trabalho está relacionado ao movimento de democratização da comunicação (presente na vida contemporânea brasileira) ao oferecer aos usuários da saúde, a oportunidade de conhecer, criticamente, os detalhes

[8] A pesquisa foi uma das etapas do LAPPIS, com sede no Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, que experimenta a ação em rede de pesquisa, envolvendo várias instituições de ensino (federais, comunitárias e privadas), organizações não-governamentais ligadas aos serviços complementares de saúde e movimentos sociais. Ele é financiado pela Agência Nacional de Saúde (ANS), órgão de regulação do setor.

[9] O objetivo desse trabalho foi mapear as ações de comunicação audiovisual promovidas por organismos e atores sociais localizados no território meridional brasileiro, visando a consolidar atitudes referenciais na otimização do uso de recursos destinados publicizar os diversos atos específicos da Saúde. A pesquisa foi financiada pelo convênio entre Ministério da Saúde (MS), Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) e Conselho Nacional de Pesquisa (CNPq).

técnico-operacionais da produção audiovisual, deveras mistificada pelos comunicadores.

As duas atitudes – a primeira proveniente da área da Saúde e a segunda da Comunicação – resultaram em negociações importantes para concretizar objetos de observação científica pertencentes as duas ciências sem, necessariamente, estar em poder de alguma delas. O esforço metodológico das áreas se concentrou na troca das experiências particulares de cada parte para dar conta da análise complexa que os fenômenos sociais exigem.

A difusão de conteúdos de Saúde na TV aberta na região Sul

A pesquisa "Diagnóstico da difusão de conteúdos e da produção audiovisual de Comunicação em Saúde na Região Sul", realizada no período 2006-2008, a partir das grades das emissoras de TV aberta, revelou a pulverização do tema em blocos (partes) nos programas matutinos de informação e entretenimento, exibidos de segunda a sexta-feira, entre 8h30min e 11h e dirigidos à audiência que se ocupa, neste horário, aos fazeres domésticos.

A pesquisa tomou como base as emissoras abertas em operação na região Sul do Brasil, que anunciam suas programações em jornais e na internet, pois os emissores locais que operam na TV por assinatura não fazem esse tipo de publicidade dos programas, impedindo, assim, a localização explícita de conteúdos sobre o tema nas mais de trinta programadoras dos canais locais (a saber: os universitários, os comunitários e os de uso eventual da TV a cabo) do perímetro estabelecido para a investigação .

A primeira constatação aponta importante frequência do tema no "Mais você", da Rede Globo; no "Bem família", da Rede Bandeirantes e "Bom dia mulher", na Rede TV. São inserções da temática feitas em rede nacional de TV, o que impede a inserção de produções locais ou regionais das emissoras coligadas.

No Rio Grande do Sul, a investigação revelou que existe uma produção audiovisual local/regional sobre a temática consistente, apresentada majoritariamente aos domingos de manhã, quando as emissoras usam seus espaços de grade para a comercialização e/ou, para constituir a identidade com a comunidade que a cerca. (BENEVENUTO JR., 2009)

TABELA 1 – Programas das emissoras

Emissora	Programa	Dia	Horário
Bandeirantes	Exame médico	Domingo	8h30min.
	Programa Abraão Winogron	Domingo	9h
	Surdez na terceira idade	Domingo	10h
RBS	Vida e Saúde	Sábado	8h
TV Unisinos	Zona Vital	Segunda	19h30min.
UCS TV	Viva saúde	Terça	19h30min.

Fonte: RBS TV. Disponível em: <http://www.clicrbs.com.br/rbstv/jsp/default.jsp?programa=1&nome=vidaesaude&pSection=262&groupid=217&uf=1&local=1>. Acesso em: 02 mar.2009.; TV UNISINOS. Disponível em: <http://www.unisinos.br/urbanothiesen/images/documentos/grade_programacao_tv.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2009. TV MAIS. Programação. ZERO HORA**. Porto Alegre, Mar. 2009.**

Há predominância do gênero entrevistas em estúdio (a exceção fica com o programa Vida e Saúde, da RBS TV gaúcha, composto por reportagens e entrevistas), versando sobre assuntos definidos em pautas de interesse dos produtores, sem, necessariamente, haver uma ligação com as questões maiores das políticas nacionais implementadas pelo Sistema Único de Saúde ou em relação às ações do Ministério da Saúde. Outra constatação relevante é a imperativa presença de entrevistas relacionadas à estética (cirurgias plásticas e outros procedimentos revigorantes de beleza), seguidas pela aplicação e uso de equipamentos corretivos de deficiências físicas (audição, especialmente).

Em relação à quantidade de programas presentes nas grades locais/regionais, destacou-se a Rede Bandeirantes RS, que exibe três deles aos domingos de manhã, no interregno de duas horas, a saber: "Exame médico", às 8h30min; Abraão Winogron, às 9h e Programa Surdez na Terceira Idade, às 10h. Todos são formatados através de entrevistas em estúdio, com raras inserções de reportagem (Surdez) realizadas em centros de audiometria.

No âmbito da produção audiovisual pelos movimentos sociais, durante o período de investigado, não foi localizada nenhuma produção, nem organizações envolvidos com esta ação. Pelo contrário, percebeu-se uma retração dos movimentos da região nesse campo, tendo em vista o que foi produzido nas décadas de 1980/90, auge da disseminação de equipamentos para a realização audiovisual, a partir dos lançamentos do sistema *home video*. (BENEVENUTO JR, 2005) É de se registrar que apesar da existência dos canais comunitários nas TVs a cabo, a temática de saúde passa ao largo das grades na região Sul.

O conjunto de ações da investigação, que incluiu levantamento, a observação da formatação dos programas e a análise das entrevistas realizadas com os produtores

destes programas, indica que eles têm forte apelo comercial ao divulgar ações de profissionais em seus consultórios - o que não implica afirmar que estas não são ações desconectadas de pesquisas e técnicas desenvolvidas na área médica-; que a difusão da temática saúde, nas emissoras pesquisadas, está desconectada com os programas nacionais e com as políticas públicas de Saúde e que a maioria dos programas se constituem em institutos de promoção da estética (corretiva ou preservacionista), ação que, de certa maneira, está distante dos propósitos emergentes da saúde pública, a saber: da educação informal e da difusão de aspectos essenciais para a preservação da boa saúde.

Esses apontamentos indicam a demanda de ações mais consistentes na produção audiovisual dos operadores do Sistema Único de Saúde, tendo em vista o distanciamento das pautas dos programas analisados em relação às políticas públicas. Também evidencia-se a demanda de os produtores dos programas serem sensibilizados para as questões intrínsecas das políticas públicas de Saúde, num movimento em direção ao reconhecimento da importância de potencializar as ações educativas informais, através da disseminação de conteúdos de interesse público e não apenas aqueles com grande apelo comercial.

Renovação dos realizadores: desafios analógicos na vida digital

As constatações resultantes da pesquisa citada, continua a provocar os atores envolvidos na disseminação das técnicas de produção audiovisual. Antes, entretanto, é interessante reforçar que a história recente do audiovisual brasileiro está muito conectada aos ideais da liberdade de expressão da cultura, das questões da política e da luta pela universalização dos direitos humanos. Como o acesso à informação e à comunicação são direitos fundamentais do homem, boa parte dos atores (conscientes) do audiovisual ubicou-se nesta arena de ação, aproveitando as facilidades que a tecnologia do setor ofereceu com a massificação dos equipamentos para desenvolver trabalhos sociais, apoiada no uso deste veículo.[10] Também é de se reforçar a oportunidade ampliada das possibilidades de exibição de vídeos, através de projetores (telões) ou de diversos monitores espalhados em praças, em salas de reuniões e salões de bailes. (Ver: Benevenuto Jr., 1998, 2005, Armes, 1999, Santoro, 1989, entre outros)

[10]Os apontamentos que integram esse fragmento são resultado de observações e experiências realizadas ao longo de mais de duas décadas de docência e de pesquisa no mpo da produção audiovisual alternativa, especialmente no centro-sul brasileiro.

Este trabalho de difusão de conhecimento técnico dedicado à inclusão de outros personagens no setor (e praticamente individualizado) fomentou movimentos do audiovisual independente, a partir da Associação Brasileira de Vídeo no Movimento Popular (ABVMP) e suas herdeiras, e favoreceu o surgimento de novos nomes no cenário contemporâneo do cinema, a exemplo de Joelzito Araújo, um dos líderes regionais da associação que hoje tem feito películas sobre a temática da negritude. Foi também uma atitude integrada ao combate à hegemonia dos operadores do setor, especialmente ao que se refere à televisão brasileira, questionando a função social do meio.

As quase três décadas que separam a chegada do *homevideo* ao lançamento da televisão digital terrestre no Brasil, promoveram algumas mudanças de atores - provocadas pelas aposentadorias e morte de uns ou pela atualização dos próprios operadores -, que não atingiram estruturalmente a organização desse mercado restrito. Mesmo que a nova tecnologia apresente a oportunidade de mudar o modelo de comunicação de massa[11] (um para todos) com a interatividade (um para todos/um - um), cobrando a inclusão de novas funções e novos atores na "linha de montagem" dos conteúdos televisivos, ainda não há manifestação concreta de mudanças na cadeia de valor do campo.

Esta constatação reforça a contradição entre a preparação analógica da mão-de-obra e as operações no mundo digital da comunicação. Sendo assim, a mobilização de instituições voltadas à aprendizagem e de especialistas envolvidos com este propósito continua na agenda do mercado de comunicação, especialmente quando o objetivo sociopolítico inclui a atitude de democratizar o acesso à comunicação digital.

Um exemplo recente desta atitude de disseminação de conhecimento é a oficina "Olhando o arquipélago pela lente jovem" - Capacitação em audiovisual para jovens do arquipélago do lago Guaíba, realizada em Porto Alegre[12], dirigida a jovens da faixa etária de 16 a 24 anos, de baixa renda e expostos às adversidades das comunidades fragilizadas social, cultural e economicamente. O projeto, financiado através de

[11]A referência ao modelo de comunicação de massa reporta-se ao denso estudo de Sousa (2006, p. 74-101), especialmente no que se refere às teorias da comunicação social.

[12]A Oficina começou em outubro de 2007, coordenada pelas ONGs Fé y Alegria e pelo Centro de Assessoria Multiprofissional (CAMP). Foi financiada com recursos do Programa Estadual de Proteção à Criança e Juventude, através da Lei da Solidariedade e tem como propósito oferecer atividades alternativas a esses indivíduos, prospectando perspectivas para a geração de renda. Tendo em vista as facilidades da mídia eletrônica contemporânea, a produção audiovisual se coloca como uma possibilidade muito próxima de grande número de pessoas. Ressalta-se que esta oficina estava sendo desenvolvida quando o artigo foi elaborado. O final das atividades estava previsto para o mês de agosto de 2008, com a solenidade de encerramento marcada pela mostra dos audiovisuais produzidos pelos participantes.

programas de fomento estatal para ações de educação continuada de adolescentes e juventude, tem a "intensionalidade de disputarmos a atenção dos jovens para atividades criativas, produtivas e de agregação social que contribuam para o desenvolvimento solidário do território e, que com isso não sintam-se atraídos pelo tráfico e bandidagem como únicas alternativas". (Farias, 2008)

O projeto incluiu a aquisição de equipamentos básicos de captura de imagens, edição e finalização de vídeo, além de cobrir os insumos decorrentes das atividades desenvolvidas aos finais de semana, fora do período letivo, pois uma das condições de ingresso na oficina era a comprovação de estar matriculado numa escola.

Para dar conta das ações previstas pelo cronograma, além da coordenação geral, sob a responsabilidade de um cientista social e educador popular, as atividades teóricas e práticas mobilizaram dois arte-educadores, para dar conta das relações humanas cooperativadas e criativas, um jornalista, um estudante de comunicação social e um técnico em edição não-linear, para as atividades específicas da produção audiovisual.

Durante nove meses entre 2007-8, os 30 jovens que se inscreveram na atividade, desenvolvida na Escola Estadual de Ensino Fundamental Maria José Mabilde[13], lidaram com as teorias e práticas da realização audiovisual. Também houve contato com as questões da economia particular deste setor da indústria da cultura, o que proporciona momentos para ampliar as reflexões individuais sobre os meios de comunicação contemporâneos, as possibilidades de acesso a eles e a visualização de oportunidades para difundir as idéias entre seus pares. É como está descrito nos objetivos do projeto:

> "contribuir decisivamente para o fortalecimento da atenção a jovens, maior contingente populacional das Ilhas, oferecendo oportunidades de qualificação e de compreensão sobre a utilização de ferramentas de meios de comunicação, bem como fomentar o protagonismo juvenil sobre sua própria realidade e sobre as leituras midiáticas que são feitas sobre ela. Assim, os jovens poderão produzir suas próprias imagens e mostrá-las para a sua comunidade. (Projeto, 2008, p. 3)

Seguindo a mesma filosofia, estudantes das séries inciais da Escola Muncipal de Ensino Fundamental Ramiro Pigozzi, localizada em uma região com algumas carências sociais e econômicas na cidade de Caxias do Sul, experimentaram a oportunidade de realizar audiovisuais temáticos para concluir o projeto de aprendizagem da quinta, sexta

[13]Esta escola faz parte do programa Escola Aberta, proposto pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul, que consiste em abrir os estabelecimentos nos finais de semana para a comunidade usufruir das instalações esportivas e de aprendizado. As atividades são realizadas a partir de programação escolhida pelos moradores das imediações e dentro desse projeto podem ocorrer inúmeras ações voltadas para a qualificação da cultura e da sociabilidade local.

e sétima séries. Setenta e cinco adolescentes e jovens se envolveram com esta proposta de atividades, coordenados por um grupo de cinco universitários[14] em fim de curso.

O programa consistiu em duas oficinas teóricas sobre a realização audiovisual, duas saídas a campo para captação de imagens e dois encontros para a edição. Merece destaque, nestas oficinas, o uso das câmeras fotográficas digitais e dos aparelhos celulares (com câmeras e cartões de memória) para o registro do material bruto dos trabalhos. Todos eles foram editados em programa que está incluído nos sistemas operacionais dos PC. No encerramento das oficinas com estes estudantes, foram exibidos 18 vídeos com duração entre 2 e 3 minutos, totalmente realizados com equipamentos alternativos e facilmente acessíveis aos realizadores.

Como estas experiências, outras estão sendo realizadas no país. As ofertas são encontradas em sítios de instituições de ensino em listas de correspondência eletrônica, apesar da limitação determinada pela abrangência dos participantes, geralmente indivíduos integrados ao setor. Porém, ainda são ofertas dirigidas a públicos restritos.

Nesse espaço ainda se enquadram as escolas de Comunicação Social que ofertam as carreiras específicas de cinema, televisão, jornalismo e publicidade e propaganda; os *workshop* dos festivais de cinema e vídeo; os cursos isolados com profissionais reconhecidos no mercado audiovisual e até mesmo os programas de qualificação profissional promovidos por federações e sindicatos de trabalhadores da área[15], instituições dedicadas a este propósito. Tendo em vista o caráter profissionalizante destas oficinas, elas assumem a proposta de atender a demanda proveniente do mercado audiovisual que hoje atravessa uma etapa de adaptação à convergência digital. Os programas de aprendizagem não priorizam a relfexão sobre os impactos sociais da convergência digital.

Apesar da intenção anunciada destes programas de qualificação, a fase que as telecomunicações se encontram cobra uma atuação mais incisiva da sociedade, visando a redução das desigualdades no acesso à informação e às tecnologias de comunicação. Principalmente no momento no qual a arena social contemporânea dá importância à

[14]O grupo de universitários foi composto por Domenique Pastore, Juliana Echer, Mariah Valduga, Mirian Spuldaro e Rogério Pizzolatto e contou com o apoio técnico de Matias Rizon e Dirceu Borba.

[15]A esse respeito, ver o sítio do Sindicato dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica do Estado de São Paulo (www.sindcine.com.br), as ofertas do coletivo Comunique-se (www.comunique-se.com.br), do Curta Agora (http://www.curtagora.com/curtagoracursos/default.asp?Servico=MostraCurso&Codigo=32), entre outras facilmente localizadas pelas ferramentas de busca na internet. Ressalta-se, entretanto, que há ofertas para desenvolvimento de pesquisas importantes a partir das agências de fomento e nos programas de pós-graduação da área. Estes abrem as possibilidades de exploração da temática, conforme a disposição dos candidatos. O que se percebe é a pequena freqüência de projetos que persigam discussões sobre a democratização dos meios e o acesso à tecnologia.

quantidade de informações que o indivíduo tem, para colocá-lo em situações de trabalho mais confortáveis, que gerem as condições mínimas para garantir sua sobrevivência.

Mais oportunidades, brechas escancaradas?

A solenidade de lançamento da televisão digital terrestre (TVD), em dezembro de 2007, precedida de uma série de atividades de pesquisa, debates legislativos e seminários temáticos, fechou mais um ciclo de oportunidades para o audiovisual no país. Em alguns ambientes, a notícia soou como uma trilha propositiva para a ampliação do mercado audiovisual, seja em relação às produções independentes ou àquelas pautadas pelos difusores. Em outros lugares, este som tomou forma de um nevoeiro cinzento em relação aos investimentos necessários para adentrar à nova tecnologia.

Estas duas situações se traduzem em cenários constituintes do processo de criação e implantação da TVD brasileira, indicando mudanças no comportamento de um mercado cultural acomodado em premissas de barreiras à entrada muito sólidas; na fraca ameaça à hegemonia dos operadores em emissões de televisão e permanência da luta em favor da expressão da diversidade sociocultural do país. Se os atores da produção audiovisual se animam com as possibilidades de multicanal oferecidas pela nova tecnologia, os concessionários se preocupam com o fator econômico ao qual implica a reestruturação do parque técnico das emissoras e o reordenamento das equipes de produção. (CPQD, 2004, p. 66-80).

Este quadro foi descrito no Modelo de Referência do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre desta forma:

> ...a demanda por conteúdos terceirizados é composta pela demanda das emissoras e pela delamanda das agências de publicidade que necessitem produzir comerciais a serem veículados na TV. As produções terceirizadas dependem de expectativa de rentabilidade mais favoráveis que sustentem as demandas das produtoras independentes. Adicionalmente, a demanda por conteúdos de terceiros também é fortemente condicionada pela capacidade dos núcleos das emissoras, à medida que a demanda total por conteúdo ultrapassar a capacidade de produção própria. É possível valorizar as produções alternativas com novas formas de remunereação, baseadas na audiência [...] com a injeção de recursos públicos de incentivo. (Martins et.al., 2006, p. 47)

Os limites para a entrada de outras produções nas grades da televisão digital continuam sendo determinados, em última instância, pela benevolência das emissoras (ou pela extrema necessidade em preencher os espaços da grade) e das agências de publicidade. Esse condicionamento, que não muda em nada o panorama do negócio do

audiovisual eletrônico de antes da TV digital, pressupõe outra característica do mercado: a qualidade técnica dos produtos e a indispensável qualificação das equipes de realizadores. Indica a obrigatoriedade da experiência na produção, da inovação de linguagem e reconhecimento da audiência. São aspectos que mantém o audiovisual independente na mesma distância das telas da TV, como se encontra hoje.

Este estágio do processo fomenta as lutas sociais para o acesso às ondas da televisão, conforme se observou durante o I Fórum Nacional das TVs Públicas (2007), quando as organizações gestoras dos canais comunitários, de um lado, e dos canais legislativos e universitários[16], de outro, reivindicaram a destinação de freqüências digitais de uso público para ampliar sua abrangência e o potencial aumento da audiência.

Também reforça a contradição do próprio serviço de radiodifusão, cuja origem é de caráter público (cf. JAMBEIRO, 2000; CBT, 1962); mas acaba sendo explorado por organizações privadas, resultando na redução da entrada de conteúdos realizados fora dos *sets* tradicionais do audiovisual. O debate sobre a democratização dos meios de comunicação, especialmente quando se trata da TV, não vai acabar tão cedo.

A partir das observações registradas até aqui, ficam evidentes alguns contornos dos obstáculos que impedem a entrada de outros fornecedores de conteúdos para as emissoras da televisão brasileira. Esta situação pode agravar ainda mais (e ampliar o espaço para conteúdos exóticos à indústria nacional) com o início das operações plenas da TV digital, previsto para 2016. (TELECO, 2008; AGÊNCIA BRASIL, 2006)

O obstáculo que ganha relevância, assumindo o ponto de vista daquele que está diante da tela disposto a ver programas diferentes, é o que se traduz na perceptível falta de equipes de realização detentoras de conhecimento acurado das atividades específicas do audiovisual, a saber: roteiro, direção de atores e fotografia, cenografia, figurinos e administração financeira do processo.[17] Esta situação revela outro aspecto: o processo de renovação dos profissionais de ponta do audiovisual continua sendo lento, apesar dos programas de incentivo à produção cultural de instituições diversas, abrindo caminhos para outras frente de debates, desde a qualidade do ensino até as questões da cultura da audiência deste meio de comunicação de massa.

[16]São canais que integram o menu ofertado obrigatoriamente das operadoras no sistema de cabodifusão, simplesmente reconhecido como Serviço de TV a cabo.

[17]A administração financeira do processo inclui, ainda, a tarefa de elaborar projetos para a captação de financiamento, ofertado pelas organizações de fomento, bem como a administração do caixa e a prestação de contas da realização, propriamente dita.

Tecendo conclusões

As brechas para difundir conteúdo audiovisual no ambiente digital de comunicação escancaram a demanda para o fomento à realização, destinado a diversos grupos, sem reservas. Ao mesmo tempo que acende a discussão a respeito da estética da convergência, tema que merece uma demorada discussão, tanto no âmbito teórico, como no prático, tendo em vista os significativos impactos provocados por ambientes como os sites de relacionamento e os vídeos armazenados na internet.

Percebe-se a premência desse debate tanto na resistência apresentada pelos operadores da televisão quando o assunto é a transmissão simultanea de diferentes conteúdos e, especificamente, sobre o canal de retorno, o qual permite a intervenção direta da audiência, como na procura acadêmica de elementos que subsidiem as explicações da comunicação contemporânea. É apenas uma das inpumeras constatações que a caminhada da convergência vai provocar na sociedade.

Na mesma linha, cabe a refletir sobre as possibilidades de construção dos conteúdos a serem distribuídos pra os vários modos de sintonização que o sinal digital permite. E neste ponto está um dos principais focos para a pesquisa da comunicação social dirigir suas luzes. Mais ainda quando se percebe a grande quantidade de brechas a serem ocupadas por produções (neste caso audiovisuais) comprometidas com a construção de indivíduos investidos dos direitos e deveres da cidadania e com a capacidade de distribuir as informações importantes para alcançar essas credenciais.

A convergência digital oferece as entradas para esta outra condição cidadã, mas para isso, é necessária a alfabetização para fruição dos meios de comunicação. Ela começa com a possibilidade de capacitar parte desse público a produzir seus próprios conteúdos comuncacionais e, ao mesmo tempo, difundindo o conhecimento para difundi-los no ambiente digital.

Referências

ARMES, Roy. **On video.** O significado do vídeo nos meios de comunicação. São Paulo: Summus, 1999.

BARBOSA, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi. **Mídias digitais.** Convergência tecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2006.

BENEVENUTO JR, Álvaro; CASTRO, Cosette. Sem lenço e sem documento: trilhas e traçados para a chegada da TV digital. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (NP – Políticas e estratégias da comunicação.), 30, 2007, Santos.

BENEVENUTO JR. Álvaro. **Das ruas para a sala de jantar**: a TV Bancários de Porto Alegre. 1998. Dissertação (mestrado em Comunicação) – PUCRS, Porto Alegre.

BENEVENUTO JR. Álvaro. **De Canal comunitário a POA TV:** estratégias e políticas da comunidade na TV a cabo em Porto Alegre. 2005. Tese (doutorado em Ciências da Comunicação). - UNISINOS. São Leopoldo.

BOLAÑO, César et al. **A economia política da internet.** Aracaju: EUFS, 2007.

CASTRO, Cosette (coord.). **Cartografia audiovisual brasileira de 2005**: um estudo quali-quantitativo de TV e cinema. Disponível em: <www.sbdtv.cpqd.com.br>. Acesso em: 10 jun. 2008.

COMUNIQUE-SE. Disponível em: <www.comunique-se.com.br>. Acesso em: 10 jun. 2008.

CURTA AGORA. Disponível em: <http://www.curtagora.com/curtagoracursos>. Acesso em: 10 jun.2008.

FARIAS, João Maurício. **Entrevista concedida pelo cientista social e então coordenador geral da Oficina Olhando o Arquipélago pela lente jovem, Porto Alegre.** Porto Alegre, mai. 2008.

GIASANTE, Moacir et. al. **Cadeia de valor**. Projeto Sistema Brasileiro de Televisão Digital. Modelo de implantação. Disponível em: <http://sbtvd.cpqd.com.br/cmp_tvdigital/divulgacao/anexos/26_42_cadeia_de_valo.pdf>. Acesso em: 09 jun.2008.

MARTINS, Ricardo et. al. **Modelo de referência**. Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre. Disponível em: <http://sbtvd.cpqd.com.br/cmp_tvdigital/divulgacao/anexos/76_146_Modelo_Ref_PD301236A0002A_RT_08_A.pdf>. Acesso em: 09 jun. 2008.

MATTEDI, José Carlos. Cronograma de implantação da TV digital prevê início das transmissões em dezembro de 2007. Disponível em: <http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2006/10/10/materia.2006-10-10.1490371255/view>. Acesso em: 10 jun. 2008.

PERUZZO, Cicília. **Televisão comunitária.** Dimensão pública e participação cidadã na mídia local. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

RBS TV. Disponível em: <http://www.clicrbs.com.br/rbstv/jsp/default.jsp?programa=1&nome=vidaesaude&pSection=262&groupid=217&uf=1&local=1>. Acesso em: 02 mar.2009.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NA INDÚSTRIA CINEMATOGRÁFICA DO ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em:<www.sindcine.com.br>. Acesso em: 10 jun. 2008.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Meios**. Porto: BOCC, 2006. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2008.

TELECO. Lançamento da TV digital no Brasil. Disponível em: <http://www.teleco.com.br/tvdigital_cronog.asp>. Acesso em: 10 jun. 2008.

TV MAIS. Programação. **ZERO HORA.** Porto Alegre, 18 mar. 2009.

TV UNISINOS. Disponível em: <http://www.unisinos.br/urbanothiesen/images/documentos/grade_programacao_tv.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2009.

I