

Discusión de parámetros de calidad para analizar programas de la 2: Portuguesa

Discussion of parameters of quality to analyse Portuguese TV 2 programmes

*Gabriela Borges
Faro (Portugal)*

RESUMEN

El presente trabajo tiene el propósito de presentar el nuevo concepto de comunicación llevado a cabo por la televisión 2 portuguesa y discutir algunos parámetros de calidad para analizar los programas infantiles y juveniles Diário de Sofia y Quiosque.

En el año 2003, el segundo canal de la Radio y Televisión Portuguesa fue reestructurado y entregado a la sociedad civil. El modelo adoptado enfatiza su carácter poco generalista, informativo y cultural, cuyo objetivo es permitir el acceso por parte de públicos específicos al conocimiento. La nueva programación cuenta con la renovación del 76% del tiempo de emisión y está organizada a partir de cuatro áreas temáticas: educativa, social, cultural e infantil. Las estrategias adoptadas destacan, por un lado, el papel del servicio público de defender y garantizar la identidad nacional y, por otro, mantienen los principios de formar, informar y divertir, que no deben ser alternativos, sino complementarios en cualquiera que sea el género de la programación, promoviendo así la diversidad y la innovación.

Desde la perspectiva de los estudios sobre la televisión pública de calidad, se propone discutir parámetros de calidad para el análisis de los programas Diário de Sofia y Quiosque. A diferencia de otros estudios realizados en esta área, que analizan las características cualitativas de la programación, esta investigación selecciona programas individuales con el fin de analizar sus propuestas estéticas y los aspectos intrínsecos al formato audiovisual, es decir, su lenguaje híbrido constituido por la edición rápida de imágenes visuales y sonoras, por los frames y angulaciones y por la participación de los telespectadores.

La definición de los parámetros de calidad se basa en el potencial de la televisión como un medio de comunicación de masas con un sistema propio de expresión, que proporciona una experiencia colectiva y tiene la capacidad de crear un lazo social entre diferentes comunidades. Para ello, considera tanto la producción de programas que desarrollan historias útiles, que promueven cuestiones a nivel individual y colectivo y originan debates de ideas y diferencias de opiniones cuanto la literatura mediática y las implicaciones pedagógicas que podemos encontrar en los medios de comunicación en la actualidad, que promueven diversas producciones de sentidos y significaciones.

Los programas Diário de Sofia y Quiosque plantean cuestiones que tienen que ver con la mediación y con el papel de la televisión pública en relación al entretenimiento y a la información destinado al público infantil y juvenil. Diário de Sofia es un programa de ficción presentado en episodios de 5 minutos que relatan el día a día de una adolescente. Al final de cada episodio se invita al público a elegir el desarrollo de la historia, optando entre dos alternativas. La opción más votada es exhibida al día siguiente. Quiosque es un programa diario que presenta noticias sobre temas como la educación y la escuela, el medio ambiente y la ecología, la ciencia y los fenómenos de la sociedad, además de temas relacionados con el entretenimiento (música, cine, juegos) y a la vida cultural, en la forma de reportajes internacionales y nacionales.

En este sentido, se pretende analizar las calidades intrínsecas a la naturaleza de los dos programas con el fin de discutir, a partir de los parámetros de calidad, sus contribuciones en la formación cultural del público infantil y juvenil y en el estímulo para el ejercicio de la ciudadanía, los cuales, en última instancia, constituyen el papel social de la televisión pública.

ABSTRACT

From the perspective of the studies of quality in public service television, this paper intends to discuss some parameters of quality in order to analyse the TV programmes Quiosque and Diário de Sofia, designed for children and teenager audiences and broadcast by the 2nd channel of the Portuguese Radio and Television-RTP. Considering television potential to broadcast creative programmes and to offer different experiences to audiences, the paper will analyse the aesthetic qualities of the programmes and their contributions to enhance the cultural repertoire of children and teenagers.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Televisión pública, televisión de calidad, radio y televisión portuguesa.

Public television, quality television, Portuguese radio and television.

A preocupação com a qualidade tem sido uma das questões mais recorrentes nas discussões sobre o papel do serviço público de televisão nos países europeus. Nos anos 1990, com o desenvolvimento das novas tecnologias e o crescimento de actuação do espaço audiovisual, a problematização desta discussão tornou-se central para a regulamentação dos novos rumos do serviço público. Cádima (1998: 05) ressalta que o Relatório do Grupo de Alto Nível publicado em 1998 sobre o futuro da política audiovisual europeia reconhece que a qualidade e a diversidade devem constituir a base do serviço público de radiodifusão. «A transmissão de programação educativa, a informação objectiva da opinião pública, a garantia do pluralismo e a transmissão, democrática e gratuita, de programas recreativos de qualidade devem contribuir para o reforço da produção europeia e respectiva adaptação aos novos mercados, e assim participar na nova evolução digital».

Em Portugal, o governo e a sociedade civil estiveram envolvidos em diálogos e mudanças estruturais a fim de que os canais públicos da Rádio e Televisão Portuguesa oferecessem um melhor serviço de televisão. Nas questões levantadas durante a Conferência Internacional sobre Televisão realizada no ISCTE em 1997, o então Secretário de Estado Arons de Carvalho (Soares, 1997: 14) enfatizou que o grande desafio do serviço público é conseguir conjugar o máximo de audiências e de qualidade com o mínimo de custos, garantindo a diversidade e a qualidade de programação, além da independência com relação ao poder público e aos interesses privados.

Em 2002, o governo designou um Grupo de Trabalho para avaliar o funcionamento do serviço público de televisão e de rádio, cuja reflexão originou o documento intitulado *Novas Opções para o Audiovisual*. Este documento salienta a crise de identidade com relação a estratégia, a organização e a integridade em que o sector encontrava-se, principalmente devido ao incumprimento das suas obrigações de serviço público, a perda da audiência, aos altos custos de produção e de recursos humanos e a má gestão do dinheiro público. Como resultado, foram definidas novas estratégias para a reestruturação do serviço público de televisão e de rádio que enfatizam o seu papel de defender e garantir a identidade nacional e cujos princípios de formar, informar e divertir não devem ser alternativos, mas complementares em qualquer que seja o género da programação, promovendo assim a diversidade e a inovação.

O documento propõe um novo modelo de funcionamento para o segundo canal, que promove um outro tipo de relacionamento entre os produtores de conteúdos de serviço público e os cidadãos, a partir da entrega do canal a sociedade civil. O processo de reestruturação levou cerca de dez meses e, em Outubro de 2003, foram lançados o novo conceito e a nova imagem da 2:, que contou com uma renovação de 76 por cento do seu tempo de emissão.

O plano de marketing e comunicação da 2: enfatiza o seu papel mini-generalista, informativo e cultural, no sentido de permitir o acesso de públicos específicos ao conhecimento, com enfoque nos conteúdos de âmbito educativo, cultural, infantil e social. Com isso, o novo canal passou a ter um papel complementar em relação a RTP 1 e aos outros canais do panorama audiovisual português. A sua missão é nomeadamente «reforçar os princípios de universalidade, coesão e proximidade do serviço público de televisão por meio da diferença; defender a língua, a cultura e a História portuguesa; promover a integração do indivíduo na sociedade e a compreensão das suas instituições, da história das civilizações, da defesa do ambiente, das minorias e do papel das religiões». Além disso, tem a intenção de facilitar o acesso ao conhecimento por meio de uma programação de qualidade que responda as necessidades de públicos específicos, particularmente os jovens, as minorias e os cidadãos com dificuldades de comunicação ou mobilidade.

Em relação ao antigo canal RTP2, a 2: apresenta uma programação distinta, com um aumento de 15 por cento no volume de programas no âmbito da Educação, da Cultura e da Acção Social, os quais correspondem actualmente a 42 por cento da grelha de programação e um aumento de 4 por cento no volume de programas da categoria Infantil, que passam a corresponder a 19 por cento da grelha. Houve uma diminuição de 2 por cento no volume de programas de Informação, que passam a corresponder a 19 por cento do total e de 14 por cento nos programas da categoria Ficção e Cinema, que correspondem actualmente a 11 por cento da grelha de programação. As outras duas áreas da programação que diminuíram a sua percentagem de participação foram Desporto e Variedades, que correspondem actualmente a 6 por cento e 2 por cento da grelha, respectivamente. Com a reformulação, houve um aumento de 24 para 60 por cento do espaço dedicado a produção nacional e a programação considerada de serviço público passou a representar 80 por cento do tempo de emissão em relação aos 45 por cento anteriormente apresentados pela RTP2.

A participação da sociedade civil na 2: efectiva-se pela parceria com instituições, fundações, associações, ordens profissionais, institutos, órgãos de comunicação social, universidades e O.N.G. e operacionaliza-se de diversas formas; entre elas destaca-se o fornecimento de programas, a cedência de meios e de direitos, o apoio técnico e científico e os patrocínios. Esta abertura possibilita o acesso do público a valores e temáticas que, em geral, não têm cobertura nos mass media e disponibiliza uma nova oferta de programas para públicos novos e variados.

O formato preferencial criado para permitir a participação de diversos parceiros e evitar a fragmentação da grelha intitula-se contentor. Cada contentor é dividido em duas partes de 30 minutos dedicadas a um tema específico. Cada tema é apresentado por um filme, seguido de um debate ou conversa informal. Os dois contentores a serem destacados são o Contentor Familiar, que aborda temas como a pedagogia e a educação, a saúde materno-infantil, a protecção de menores, a terceira idade, entre outros; e o Contentor Cidadania, que discute temas como a acção social, o direito do consumidor, a defesa do ambiente, o emprego, etc.

As produtoras independentes adquiriram um papel importante na parceria com o novo canal, ao ficarem responsáveis pela produção da maior parte dos programas nacionais e dos documentários. De facto, produziram 16 dos 18 programas de produção externa que integraram a grelha de arranque no final de 2003. Do ponto de vista da direcção da 2:, esta estratégia assegura que o investimento público seja revertido para estimular a indústria audiovisual portuguesa e os profissionais nacionais.

Com a criação da nova imagem, a 2: tem como objectivo transmitir os seguintes conceitos: Abertura a Novos Canais, Experimentalismo nos Formatos, Representação das Minorias e Pequenos Segmentos, Didactismo na Actuação Social, Pluralidade de Conteúdos e Sentidos, Multiplicidade de Intervenientes, Eclectismo e Abrangência, Ousadia no Conceito, Inovação na Identidade, Construção de uma Diferença, Capitalização da Nova Marca e Abertura do Acesso ao Ecrã de Novos Segmentos da Sociedade.

1. Parâmetros de qualidade

A importância do papel desempenhado pela televisão como um bem público, cultural e simbólico, que oferece uma experiência comum a milhões de pessoas deve-se ao fato de que ela pode enriquecer a vida social, cultural e política do público quando estimula o seu interesse. Ela pode mostrar-se como um espaço aberto para promover mudanças de cultura e de sociedade, de mentalidade e de comportamento devido a sua capacidade ritualística de fomentar o envolvimento da comunidade. Mulgan (1990: 20-21) ressalta que a televisão não é simplesmente um meio de transmitir imagens de um emissor para vários receptores, mas um meio com a qualidade e a capacidade de oferecer um acesso que seja comum a várias pessoas.

Seguindo o mesmo raciocínio, Wolton (1996: 124) sugere que uma das qualidades da televisão é alcançar um grande público em diversas regiões do planeta, possibilitando com isso a formação de um laço social que une diversas comunidades. Ao ser vista como laço social, a televisão apresenta-se como o espelho da sociedade, no sentido de permitir que a sociedade se veja através da sua própria representação exibida no

ecrã. Ao fazer a sociedade reflectir-se, a televisão não apenas cria uma imagem e uma representação, mas também um laço que une todos aqueles que a assistem simultaneamente.

Para Mepham (1990: 56-59), a qualidade na televisão deve ser analisada a partir da conceitualização de seu papel, das propostas culturais e sociais e dos valores éticos que deve veicular. O autor rejeita tanto a concepção paternalista de qualidade proveniente da televisão pública como educadora, quanto a concepção de que a qualidade deve estar vinculada as regras de lucro do mercado. O seu argumento propõe que a qualidade na televisão deve estar relacionada a um projecto social que preserve o pluralismo cultural e estimule a democratização da sociedade ao fornecer histórias que sejam úteis. Histórias úteis são aquelas que podem ser colocadas em uso muitas vezes inconscientemente, mas que estimulam o processo de auto-conhecimento do indivíduo e as suas relações sociais.

Mepham (1990: 60) sugere que estas histórias podem ser veiculadas pelos programas de ficção, que têm grande importância cultural e devem ser definidos em termos de critérios éticos. Como programas de ficção considera os seriados, as séries, as novelas, os shows, os programas de variedades, os anúncios publicitários, os filmes e outros programas artísticos. Todos eles oferecem ao telespectador histórias que podem ser úteis no desenvolvimento tanto da personalidade quanto da vida social. Se por um lado as histórias podem ser úteis para entreter e para desviar a atenção da vida real, por outro lado elas podem chamar a atenção para as questões políticas e sociais. Isto porque as pessoas usam as histórias para informarem-se sobre os problemas e as soluções, as oportunidades e os perigos, as virtudes e os vícios vivenciados pelos personagens, os quais são comuns a qualquer ser humano.

Uma televisão de qualidade deveria oferecer ao telespectador histórias como experimentos da imaginação e não previsíveis, como as conhecidas histórias em que o bem vence o mal e o final é sempre feliz. Nesse sentido, este conceito de televisão de qualidade não privilegia nenhum género ou formato estético, pois as histórias podem ser desenvolvidas em qualquer um deles. Mepham (1990: 65) conclui que tratar a televisão apenas como segmentada, doméstica, trivial e responsável por criar uma audiência alienada e desatenta é subestimar o seu potencial cognitivo e estético, além de desconsiderar a sua imensa fonte de verdade e beleza.

A definição de parâmetros de qualidade para discutir e analisar a televisão pública deve compreender a análise das propostas estéticas veiculadas pelos programas que contam histórias úteis. Entretanto, a análise estética de programas de televisão é uma questão que tem sido discutida por muitos estudiosos e mostra-se bastante controversa. Por um lado, argumenta-se que a televisão não apresenta uma estética própria porque incorporou e incorpora os elementos estéticos de outras formas artísticas ou porque é efémera e possui uma natureza de mass media que banaliza todos os seus possíveis questionamentos. Por outro lado, afirma-se que ela desenvolveu-se como uma nova forma de expressão, portanto diferente do cinema e do teatro, desde a produção das primeiras tele-peças e da emissão dos primeiros eventos em directo nos anos 1930.

A televisão pode ser analisada como um rico e polissêmico sistema de expressão. Machado (1998: 9-11), argumenta que é importante descobrir o que a televisão produz de qualitativo e que ficará como referência cultural no futuro. No seu ponto de vista é necessário empreender uma análise valorativa dos programas, e não do fluxo televisivo. Porém, isso não é tarefa fácil, ainda mais que existe um enorme esforço para provar que a televisão não possui qualidades e que, por ser um produto de massa, não pode ser avaliada com os mesmos critérios utilizados para a abordagem de outros media, como a fotografia e o cinema.

Hoineff (1996: 100) ressalta que Newcombe e Hirsch (1987) valorizam a televisão como um instrumento de comunicação que veicula um objecto estético capaz de expressar uma cultura. Este modelo de televisão é definido a partir do papel cultural do entretenimento, estabelecendo um paralelo com a análise do conteúdo do programa televisivo em todas as suas formas e níveis de texto. Sob esta perspectiva, a televisão está no centro do processo do pensamento público, substituindo todas as outras mídias que antes serviram a essa função. Neste sentido, ela mantém a sociedade no tempo e participa de um processo simbólico em que a realidade é produzida, mantida e transformada, não preocupando-se em persuadir ou ditar modas e comportamentos.

Considerando isso, a análise estética dos programas necessita levar em consideração a natureza híbrida da sua linguagem televisiva e a produção de sentidos que promove por meio da edição das suas imagens sonoras e visuais. A televisão incorporou outras linguagens, como a cinematográfica e a teatral, as quais contribuíram para a constituição de uma linguagem que não apenas veicula diversas expressões, mas também mostra-se singular em muitos aspectos, como por exemplo no que diz respeito a predominância do áudio, que é usado para garantir um certo grau de atenção do telespectador. O som pode ser ouvido em qualquer lugar, mesmo que a imagem não esteja sendo vista. Ellis (1992: 129-131) afirma que a imagem televisiva tende a ser simples e sem muitos detalhes, enquanto o som fica responsável pelos detalhes. O interesse dos telespectadores é gerado pela variedade e mudança rápida de imagens e não pela riqueza de detalhes de uma só imagem, ou seja, a simplicidade das imagens é compensada pela técnica da edição rápida. Além disso, o uso de várias câmaras e a possibilidade de alterná-las produz um estilo propriamente televisivo, que é a fragmentação de uma acção em vários planos, cuja continuidade é mantida pela performance das diferentes câmaras.

Assim como o «close-up», que começou a ser usado como recurso expressivo por David Griffith no cinema e tornou-se a marca registrada da televisão. Alguns autores referem-se a televisão como o veículo das «cabeças falantes», o que é uma metáfora da importância do *close-up* para a estética televisiva. Adams (1998: 154) afirma que o «close-up» é o plano mais significante da televisão porque ele proporciona a medida de todos os outros planos em termos de representação. Por meio do «close-up» certas acções são explicitadas, como por exemplo o corpo é fragmentado, o personagem ou o apresentador é ressaltado dentro de um cenário e certos detalhes significativos para a narrativa podem ser enfatizados.

Outros aspectos a serem considerados por uma estética televisiva são as características que fazem parte da natureza do meio, como a circularidade da informação e das imagens, a reiteração das ideias que devem estar sempre disponíveis para serem entendidas até mesmo por aqueles que acabaram de ligar o aparelho. A colagem de imagens fragmentadas que paradoxalmente transmite a ideia de eterno presente. Da

mesma forma que os programas empreendem diferentes níveis de familiaridade e intimidade com os espectadores pelo facto de estarem sempre disponíveis a incitarem um diálogo nos dias e nas horas determinados pela programação. Além disso, produzem sentidos diferenciados que estão relacionados com o emissor e o destinatário da mensagem comunicada. Nota-se também que os telespectadores desenvolveram uma literacia mediática, que interage com os processos de produção e contribui com os processos de recepção, devido a importância da participação da televisão nas suas vidas.

Os estudos sobre os parâmetros a serem usados na análise da televisão pública mostram-se complexos, plurais e dinâmicos. Porém, os diferentes pontos de vista sobre o conceito enriquecem a discussão e apontam ideias que podem servir como referência teórica para estimular a prática e a construção de um repertório de qualidade sobre a televisão. A investigação sobre a televisão portuguesa que encontra-se em curso tem o intuito de sistematizar os diferentes pontos de vista e propor alguns parâmetros de qualidade que contemplam, em termos gerais, os seguintes aspectos: O primeiro aspecto considera a importância do papel desempenhado pela televisão pública, que reflecte e tem reflexos na vida das pessoas, cria laços sociais e tem a capacidade de desenvolver a consciência crítica na formação cultural e política dos cidadãos. Além do seu papel na produção de valores agregados, na formação de mentalidade e no estímulo ao exercício da cidadania. O segundo aspecto analisa o que Mepham (1990: 57) refere-se como a produção de programas que veiculam histórias úteis, as quais originam questionamentos, debates de ideias e diferenças de opiniões. O terceiro aspecto contempla as propostas estéticas dos programas e avalia o experimentalismo e a inovação da linguagem televisual. O quarto aspecto considera a literacia mediática e as implicações pedagógicas dos media na actualidade, que promovem diversas produções de sentido e significações. E, por fim, o quinto aspecto analisa se os conceitos definidos pela reestruturação da 2: estão sendo transmitidos pelos programas ou apenas integram a proposta de reformulação da sua imagem publicitária.

2. Os programas

Muitos estudos foram realizados sobre o papel desempenhado pela televisão na educação e na produção de sentidos pelas crianças e adolescentes. Este estudo, ainda em fase inicial de investigação, pretende analisar programas destinados a este público a partir de parâmetros de qualidade que levem em consideração as suas qualidades estéticas constituintes, assim como a relevância e a actuação da mediação da televisão nos modos de pensar, sentir e agir das crianças e adolescentes e os seus processos de cognição a partir de uma literacia mediática como pressuposto das suas experiências com a televisão. Assim como a recepção e a produção de conteúdos pelas crianças e adolescentes por intermédio das participações efectivas na elaboração e no desenvolvimento dos programas.

Os dois programas escolhidos destacam-se principalmente pelo formato audiovisual que apresentam, o Quiosque exibe notícias e entretenimento e o Diário de Sofia é uma série de ficção que apresenta um formato inovador na televisão portuguesa. O Quiosque é um programa diário dedicado ao público infanto-juvenil produzido pela RTP Meios. É exibido cerca das 20:00 horas com reprise no dia seguinte cerca das 13:00 horas. Com um formato de magazine cultural, apresenta reportagens sobre diversos temas que interessam a juventude, como a educação, a escola, o meio ambiente, a ciência, os fenómenos de sociedade, a música, o cinema, os jogos e a vida cultural.

Cada dia da semana apresenta uma rubrica específica, na segunda-feira os jogos multimédia, na terça-feira o livro e a pesquisa na Internet, na quarta-feira as estreias de cinema e DVD, na quinta-feira as novidades discográficas e as novas bandas, sobretudo portuguesas e na sexta-feira as propostas de agenda para o fim de semana. O Quiosque apresenta também o «Dia Q», que tenta realizar os sonhos dos telespectadores, e os passatempos semanais, com oferta de DVD, de jogos de computador, de livros e de visitas gratuitas a eventos e museus.

O carácter diferencial deste programa é que ele não apenas informa, mas também entretém. As reportagens despertam o interesse do telespectador, ao mesmo tempo que fornecem um conhecimento geral sobre os mais variados temas. Em geral, são apresentadas reportagens nacionais e também internacionais, o que proporciona as crianças e adolescentes uma visão não endógena e mais abrangente do que ocorre em Portugal e no mundo, principalmente na Europa. Os apresentadores Pedro MoraisBarbosa e Margarida Barreiras introduzem as reportagens, que são intercaladas pelo quadro «Sabes esta?» com perguntas de conhecimentos gerais que pedem a participação do público por intermédio de respostas por correio electrónico.

Na maioria das vezes, as reportagens são acompanhadas por entrevistas com crianças que, por exemplo, sugerem livros de leitura a partir da sua própria experiência, ou por relatos de experiências de adolescentes mais velhos que, por exemplo, estudam e dedicam-se a alguma outra actividade. Elas apresentam um carácter didáctico no sentido de não apenas informar, mas também formar e estimular práticas diversas como o desporto, a leitura, a navegação em sítios úteis na Internet. Estes últimos, por exemplo, não aparecem apenas como sugestão, pois também ensina-se no ecrã como navegar e buscar as informações úteis. Além de também apresentarem as novidades em termos de jogos multimédia, discos e DVD e a agenda cultural de diversas partes do país.

Em termos de composição estética, os seus elementos constituintes não apresentam muita inovação ou experimentação com a linguagem, mas cumprem a função de gerar o interesse dos telespectadores, pois têm um boa produção técnica. O cenário do programa possui o formato cômico que remete ao «Holodeck» da série de televisão «Star Trek», onde encontra-se uma mesa também em formato curvilíneo e colorida. O espaço é ressaltado pela presença de câmaras que movimentam-se bastante e focalizam o apresentador sob diversos ângulos. Em termos de trabalho de direcção de arte, os grafismos e as vinhetas primam pela composição plástica de cores, letras e formas.

Este tipo de programa vem de encontro ao trinómio da televisão pública: informar, formar e divertir, ao tratar de temas que interessam, são úteis para a vida das crianças e adolescentes e promovem um conhecimento geral de temas que podem gerar debates e diferenças de opiniões, ou seja, produz valores agregados na formação cultural de cidadãos. Entretanto, é importante ressaltar que a participação do público poderia ser melhor aproveitada, pois ela só ocorre por meio de correio electrónico. Uma das discussões recentes sobre a participação efectiva da audiência nos programas de televisão ressalta que, perante outros

media, as opções dadas não permitem uma interacção que considere a produção de conteúdo, mas apenas a escolha entre, em geral, duas alternativas. Se consideramos que o público infanto-juvenil possui uma literacia e uma vivência mediática, pois sabe utilizar e interagir de diversas formas com diferentes meios, o programa utiliza apenas a mais básica e óbvia delas, a escolha. Porém, não deixa de estimular o uso destes outros meios quando, por exemplo, ensina a navegar num sítio da Internet ou apresenta os novos lançamentos dos jogos multimédia.

Por outro, a estratégia adoptada com relação as sugestões de leitura parece ser eficaz, porque toda semana um novo livro é apresentado por uma criança, que o recomenda. Assim como as entrevistas realizadas com adolescentes, que sempre abordam um tema cujas perguntas estimulam valores como o estudo, o desporto, a dedicação em tudo que se faz, etc. Neste sentido, o programa de televisão Quiosque define-se com um papel muito específico de informar sobre diferentes actividades que podem estimular diversas práticas e agregar valores a vida das crianças e adolescentes.

O Diário de Sofia é uma série de ficção exibida em episódios de 5 minutos de segunda a sexta-feira cerca das 20:00 horas, e em um compacto semanal de 25 minutos aos sábados na RTP1 e na 2. É uma produção da beActive Produções Interactivas, S.A, com autoria de Pedro Flores e realização de Gil Ferreira. Devido a originalidade do formato e ao modelo de emissão, em ecrã panorâmico formato 16x9, o Diário de Sofia foi «case study» internacional no MIPTV, o maior mercado internacional de programas de televisão, realizado em Cannes e nomeado para o Mobile Entertainment Forum Awards na categoria de Inovação em 2004.

Actualmente, o Diário de Sofia é emitido em sete países: Malásia, Singapura, Filipinas, Áustria, Grécia, Eslovénia e Italia y la produtora beActive assinou acordos para a produção de seis versões locais nos seguintes países: Alemanha, França, Espanha, Canadá, Índia e Vietname. A série será exibida também na América Latina. Ocupa 34% de «share» de mercado e encontra-se muito bem posicionada frente a concorrência, que se efectua principalmente pela série Morangos com Açúcar exibida no mesmo horário pela televisão comercial TVI, a qual não possui a mesma inovação em termos de formato e nem o mesmo trabalho de performance de actores.

O enredo conta a história da vida de Sofia Afonso, uma adolescente de 17 anos que está no 11º ano, quer estudar Medicina e mora com os pais e dois irmãos, Chico, de 20 anos e Mariana, de 14 anos. Como toda adolescente, sente-se perseguida pelos pais, acha que o irmão mais velho não ajuda nada em casa e implica com a irmã mais nova, que sempre pega as suas roupas e revistas sem pedir. As suas melhores amigas são a Rita e a Joana, e o seu melhor amigo é o Zeca. Agora tem uma nova amiga na turma, a Monica, que entrou na escola no 10º ano e que a Sofia ainda não sabe se gosta muito dela. A sua grande inimiga, que está sempre a irritá-la, é a Bianca e o seu amigo, muito simpático e futuro namorado é o Joca, que joga rãguebi e também está no 11º ano. Os episódios relatam as suas diversas relações na escola com as amigas, no trabalho, na família e com o seu amigo e futuro namorado. No final de cada episódio o público é convidado a escolher o desenvolvimento da história, optando entre duas alternativas. A opção mais votada é exibida no dia seguinte. O público pode participar por telefone desde o final de cada episódio até ao início do episódio seguinte.

Os créditos iniciais apresentam todos os personagens, um resumo do episódio do dia anterior e a opção que foi escolhida pela audiência para ser exibida. Um aspecto interessante do programa é que acompanha o crescimento de Sofia e os seus dilemas de adolescente, como o começo do primeiro namoro, o primeiro beijo, o primeiro emprego, enfim, as primeiras experiências da vida adulta de qualquer adolescente, que são cheias de inseguranças, medos e excitações. Pelo facto destes dilemas serem vividos por qualquer adolescente, o programa consegue gerar a identificação dos telespectadores.

A narração da história é feita em primeira pessoa, por Sofia, nos seus depoimentos e nas suas confidências para a câmara, e em terceira pessoa, por meio dos comentários e opiniões dos amigos e da família de Sofia. Tradicionalmente, os programas de ficção, diferentemente de outros formatos como o jornalístico, exibem a performance dos actores de forma naturalista e realista, ou seja, os personagens não olham para a câmara e actuam como se ela não estivesse presente, a fim de gerar a identificação e o envolvimento dos telespectadores com a história.

O Diário de Sofia não obedece a esta convenção herdada da narrativa clássica hollywoodiana e que também está presente nas telenovelas. A câmara regista uma certa escritura audiovisual, no sentido de que Sofia conversa olhando para a câmara de uma forma íntima, ou seja, como se estivesse escrevendo no seu diário. Consequentemente, a sua performance para a câmara faz com que os seus sentimentos e os seus pensamentos sejam também confidenciados aos telespectadores, que sentem-se como interlocutores dos seus dilemas.

Em termos de experimentação com a linguagem, o programa usa metaforicamente o seu próprio nome para propor a escritura de um diário audiovisual usando principalmente a câmara e os recursos de edição como ferramentas para agregar valores ao meio televisual. A leitura de um diário proporciona ao leitor apenas um ponto de vista, isto é, o ponto de vista do escritor. No caso do Diário de Sofia, o telespectador tem acesso ao seu ponto de vista, mas também dos seus amigos e familiares. Com isso, a história torna-se plural e o telespectador adquire a posição de sujeito onisciente, porque os personagens não têm o mesmo conhecimento dos diferentes pontos de vista, e mostra-se capaz de escolher o que será melhor para Sofia no final de cada episódio. Neste sentido, apesar de não usar as convenções da narrativa clássica que são conhecidas por gerar a identificação da audiência, o programa Diário de Sofia ainda assim consegue a sua identificação e envolvimento por estes outros meios.

Outro ponto a ser ressaltado com relação ao interesse da audiência é o formato de exibição de 5 minutos diários, que requer pouco tempo de atenção ao mesmo tempo que a participação no final. Porém, a escolha entre apenas duas alternativas não deixa de ser maniqueísta. Como foi mencionado na análise do programa Quiosque, a participação no programa efectiva-se apenas como escolha e não ocorre nenhum tipo de intervenção e interacção activa da audiência. Em outros meios audiovisuais, como nos jogos multimédia, o público juvenil está acostumado a interagir com a narrativa e não somente escolher entre algumas alternativas, mas ao que tudo indica, apesar da televisão fagocitar diversas características de outros meios,

ainda não incorporou este elemento de participação efectiva que no futuro pode vir a mudar o panorama televisual.

Com relação a narrativa em terceira pessoa, é possível notar um tom testemunhal quando os amigos e familiares da Sofia falam sobre ela. Os enquadramentos da câmara apresentam características documentais com grafismos no ecrã que transmitem a ideia de que são pontos de vista sobre as acções e o jeito de ser e estar de Sofia. A edição de imagens apresenta-se fragmentada, pelo próprio tempo de exibição, 5 minutos diários e também porque além de ser uma característica da televisão, é bem reconhecida pelo público-alvo, que tem como referência habitual a rapidez da edição das imagens da MTV e dos jogos multimédia.

Entretanto, a série compartilha com outros produtos audiovisuais congéneres o mercado audiovisual não apenas português, mas internacional e disponibiliza uma variedade de outros produtos derivados, como DVD dos episódios, CD com as músicas da trilha sonora, revista intitulada Diário de Sofia, além do sítio na Internet (www.diariodesofia.clix.pt) que oferece informações como as sinopses dos episódios, o «making of», a caracterização do perfil dos personagens, a publicidade dos produtos derivados, entre outras.

Por fim, é importante ressaltar que com a reestruturação do segundo canal, a programação para o público infanto-juvenil compreende quase 20% da grelha de programação e, sem dúvida, estes são os dois programas mais significativos e que, de alguma forma, contam histórias úteis e agregam valores na formação cultural do público. Além disso, são programas nacionais, pois os desenhos animados exibidos no programa Zig Zag, por exemplo, são produções compradas principalmente da BBC. Neste contexto, a ressalva a ser feita refere-se a participação da audiência infanto-juvenil na produção de conteúdos, que mostra-se efectiva actualmente em programas de outras televisões de serviço público como, por exemplo, no programa Zoom da PBS norte-americana e que, em Portugal, ainda não explorou todas as potencialidades proporcionadas pelo meio televisual por intermédio principalmente da Internet.

Se, por um lado, a análise do Quiosque considera a sua importância na formação do repertório de conhecimentos gerais do público infanto-juvenil, por outro lado o enfoque de Diário de Sofia centra-se na relevância da discussão dos dilemas característicos da adolescência, período em que a construção da identidade e auto-afirmação encontram-se em processo de formação. Sendo assim, é possível afirmar que os dois programas, por diversas razões, inserem-se na discussão do papel do serviço público, contemplam o trinómio formar, informar e divertir e promovem uma mediação qualitativa da televisão com a audiência.

Referencias

- ADAMS, J. (1998): «Screenplay: elements of a performance aesthetic in television drama», em RIDGMAN, J. (Ed.): *Boxed sets: television representations of theatre*. Luton, John Libbey Media.
- BORGES, G. (2005): «A discussão do conceito de qualidade no contexto televisual britânico», em *Líbero Revista Académica da Pós-Graduação da Faculdade Casper Líbero*. São Paulo (no prelo).
- BROADCASTING RESEARCH UNIT (1989): *Quality in television: Programmes, Programme-makers, systems*. Londres, John Libbey.
- BRUNSDON, C. (1990): «Problems with quality», em *Screen*, 31, 1; 67-90.
- BRUNSDON, C. (1993): «Television aesthetics and audiences», em MELLEMCAMP, P. (Comp.): *Logics of television: essays in cultural criticism*. Bloomington, Indiana e Londres, Indiana University Press e BFI Publishing.
- CÁDIMA, F. R. (1998). «Mitos e realidades das indústrias da convergência», em http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=cadima-mitos-realidades-industrias-convergencia.html.
- ECO, U. (1984): *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira.
- ELLIS, J. (1992): *Visible fictions: cinema, television, video*. 2 ed. Londres, Routledge.
- ELLIS, J. (1990): «What is the point?», em MULGAN, G. (Comp.): *The Question of quality*. Londres, British Film Institute.
- HOINEFF, N. (1996): *A nova televisão. Desmassificação e o impasse das grandes redes*. Rio de Janeiro, Relume-Dumará.
- MACHADO, A. (1998): «Televisão: a questão do repertório», em *Revista Imagens*. Campinas, Fapesp-Ed. da Unicamp, 8; 8-13.
- MACHADO, A. (2000): *A televisão levada a sério*. São Paulo, Ed. Senac.
- MEPHAM, J. (1990): «The Ethics of quality in television», em MULGAN, G. (Comp.): *The Question of quality*. Londres, British Film Institute.
- MULGAN, G. (1990): «Television's Holy Grail: seven types of quality», em MULGAN, G. (Comp.): *The Question of quality*. Londres, British Film Institute.
- NEWCORBE, H. (Ed.) (1987): *Television: The critical view*. Nova Iorque, Oxford University Press.
- NEWCORBE, H. e HIRSCH, P. M. (1987): «Television as a Cultural Form», em NEWCORBE, H. (Ed.): *Television: The critical view*. Nova Iorque, Oxford, Oxford University Press.
- REIA-BAPTISTA, V. (1995): «Linguagens Fílmicas, Cinema e Pedagogia da Comunicação», em *Comunicar*, 4; 106-110.
- REIA-BAPTISTA, V. (2002): *A Pedagogia dos Media*. Faro, Universidade do Algarve (ed. policop.).
- SOARES, T. M. (1997): «Re-Regulamentação do Mercado Televisivo face a Vocação Cultural da Televisão». Documento Síntese da Conferência Internacional sobre Televisão. [en linea]. http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=soares-tania-re-regulamentacao-televisao.html. Consultado em 10/05/05.
- VIEIRA, S. F. (2002): «Articulação da metalinguagem na televisão: casos de linguagem», em *Líbero Revista Académica da Pós-Graduação da Faculdade Casper Líbero*, 5; 9-10.
- WOLTON, D. (1996): *O elogio do grande público. Uma teoria crítica da televisão*. (Trad. port. de José Rubens Siqueira). São Paulo, Ed. Ática.

Outras fontes:

- Relatório Novas Opções para o Audiovisual. Presidência do Conselho de Ministros, Lisboa, 2002. Disponível na Internet via WWW http://www.portugal.gov.pt/NR/rdonlyres/CBEF799D-BC35-4B28-9DFB-021CAC512BA2/0/Novas_Opcoes_Audiovisual.pdf. Consultado em 01/05/2005.
- Site oficial da 2: Disponível na Internet <http://www.dois.tv/> Consultado de 01/05/2005 a 20/05/2005.
- Site oficial do programa Diário de Sofia. Disponível na Internet via WWW <http://www.diariodesofia.clix.pt/default.asp> Consultado em 15/05/2005.

Gabriela Borges es investigadora de cine y televisión del Centro de Investigação de Ciências da Comunicação de la Universidade do Algarve (Faro-Portugal) y miembro del Núcleo de Linguagens Visuais de la Pontificia Universidade Católica de São Paulo (Brasil) (ga.borges@sapo.pt).