

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

RENE RODRIGUEZ LOPEZ

**TELEJORNALISMO E PLATAFORMAS DIGITAIS:
SIMULAÇÃO DE UM EXEMPLO**

**Bauru
2007**

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

RENE RODRIGUEZ LOPEZ

**TELEJORNALISMO E PLATAFORMAS DIGITAIS:
SIMULAÇÃO DE UM EXEMPLO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo, sob orientação **Profa. Dra. Alexandra Bujokas de Siqueira**

**Bauru
2007**

Agradecimentos

Agradeço à minha família pelo apoio e por possibilitar meus estudos. Agradeço à minha orientadora Alexandra Bujokas e a todos os professores com os quais muito pude apreender nestes anos. Agradeço aos amigos que me acompanharam durante esta conquista e tornaram esta jornada mais fácil.

Aos técnicos João Carlos, João Marcos, Toninho e Goiano que muito me ensinaram durante a produção de meus trabalhos acadêmicos. À Silvia pelos seus “milagres” na agenda do laboratório de TV e pela paciência ao ouvir minhas reclamações nos momentos de stress e cansaço.

E em especial agradeço a colaboração de meu irmão Érico e dos amigos Daniel Damada e Lauro Neto que muito auxiliaram na produção deste trabalho.

Epígrafe

Pierre Levy

“Peço apenas que permaneçamos abertos, benevolentes, receptivos em relação à novidade. Que tentemos compreendê-la, pois a verdadeira questão não é ser contra ou a favor, mas sim reconhecer as mudanças qualitativas na ecologia dos signos, o ambiente inédito que resulta da extensão das novas redes de comunicação para a vida social e cultural. Apenas dessa forma seremos capazes de desenvolver estas novas tecnologias dentro de uma perspectiva humanista.”

RESUMO

Com a chegada da tecnologia da TV digital ao Brasil, abre-se um leque de novas possibilidades para a produção de conteúdos para a televisão. Através da interatividade já consolidada na internet, este trabalho buscou desenvolver recursos interativos para serem aplicados ao telejornalismo para TV digital. Desta maneira o telespectador passa a ter um papel ativo na recepção das informações, podendo aprofundá-las de acordo com seu interesse no assunto. Para exemplificar algumas dessas possibilidades, foi produzido um telejornal de 50 minutos que conta com diferentes aplicações dos recursos interativos. Assim, o usuário tem a possibilidade de “navegar” pelo telejornal que oferece conteúdos adicionais às matérias produzidas.

Palavras-chave: Telejornalismo; Digital; Interatividade.

ABSTRACT

With the arrival of digital TV technology to Brazil it opened up a whole new branch of opportunities for TV content production. Through researching the already consolidated interactivity of the Internet, this thesis tried to develop interactive resources to be implemented to digital TV newscast. That way the spectators start having an active role receiving information, allowing them to go deeper into subjects they have greater interest in. To exemplify some of those possibilities, a newscast of 50 minutes was produced that features different applications of the interactive content. On this newscast the spectator has the possibility to "browse" through it offering additional content to the featured news.

Keywords: Newscasts; Digital; Interactivity.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 – Onda analógica e onda digital..... | 16 |
| Figura 2 – Sugestão de configuração do controle remoto para a televisão interativa brasileira..... | 17 |
| Figura 3 – Menu com opções de mercado cambial, agenda e previsão do tempo..... | 30 |
| Figura 4 – Matéria com legenda opcional..... | 31 |
| Figura 5 – Recurso adicional de animação..... | 32 |
| Figura 6 – Pesquisa de opinião com votação do telespectador..... | 33 |
| Figura 7 – Entrevista ao vivo com especialista pela <i>webcam</i> | 34 |
| Figura 8 – <i>Link</i> para o recurso adicional – receita..... | 35 |
| Figura 9 - Fala povo como recurso adicional..... | 35 |
| Figura 10 – Pergunta do telespectador ao vivo..... | 36 |
| Figura 11 – Estrutura do jornal produzido..... | 37 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 10 |
| 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA..... | 12 |
| 2.1 Processo de digitalização da TV no Brasil: aspectos históricos e técnicos..... | 12 |
| 2.2 Possibilidades da interatividade em potencial, da internet para a TV..... | 15 |
| 2.3 Usuário frente às novas tecnologias..... | 21 |
| 2.4 Televisão informativa como interesse público..... | 23 |
| 3 OBJETIVOS..... | 27 |
| 3.1 Objetivo Geral..... | 27 |
| 3.2 Objetivos Específicos..... | 27 |
| 4 METODOLOGIA..... | 28 |
| 5 DESENVOLVIMENTO..... | 29 |
| 5.1 Simulação..... | 29 |
| 5.2 Aplicando recursos interativos..... | 31 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 38 |
| REFERÊNCIAS..... | 40 |
| BIBLIOGRAFIA CONSULTADA..... | 41 |
| APÊNDICE CD..... | 41 |

1 INTRODUÇÃO

A tecnologia digital para transmissões televisivas chega ao Brasil após 17 anos do início das pesquisas na área. O processo de transição, segundo o Ministério das Comunicações, deverá ser concluído em cerca de dez anos. Deste modo, faz-se necessária uma discussão do uso dos recursos disponíveis através desta tecnologia, que vão muito além de transmissão com alta definição de imagem. Apesar do enfoque dado pela imprensa no que diz respeito aos aspectos técnicos da transição para o sistema digital, pouco foi discutido a respeito das questões de ordem política e de democratização desta mídia.

Entre os recursos possíveis dentro da tecnologia digital está a interatividade – o telespectador passa de receptor passivo a um usuário do sistema, podendo escolher outros conteúdos dentro da transmissão de um mesmo canal, em um mesmo programa, ou até se tornar um emissor de conteúdo.

O presente trabalho tem como objetivo discutir possibilidades do uso deste recurso dentro do telejornalismo. Busca-se através de uma simulação, usando recursos da tecnologia de TV digital interativa, transformar o papel do espectador diante da televisão de passivo para uma conduta mais ativa. Essa tecnologia, aplicada ao jornalismo, possibilitaria que o espectador escolhesse quais informações iria receber e em quais conteúdos ele desejaria se aprofundar. Podemos caracterizar essa nova possibilidade como uma quebra de paradigma do meio televisivo, no qual o espectador não tinha nenhum acesso para interagir a esse meio. Sendo assim, esta pesquisa se propõe a definir alguns parâmetros e formas do uso deste recurso tecnológico como ferramenta de informação.

Os parâmetros utilizados para disponibilizar recursos adicionais ao telejornal foram baseados no meio internet, no qual o usuário tem total controle de sua navegação, e aplicados de maneira simplificada à televisão, para que assistir ao telejornal interativo não se torne uma tarefa cansativa.

A metodologia consiste em descrever alguns aspectos tecnológicos básicos do sistema de TV digital, conceituar o termo interatividade dentro das comunicações e discorrer sobre as funções públicas do telejornalismo neste novo cenário.

A seguir, foi elaborado um protótipo de telejornal que emprega algumas das possibilidades inovadoras trazidas pela tecnologia digital. Para que os recursos adicionais as matérias pudessem ser acessados através das escolhas do usuário, este protótipo foi desenvolvido para o uso em computadores.

Este momento de mudança de tecnologia torna-se também um cenário proveitoso para se discutir o formato do atual telejornalismo brasileiro. Nesse caso foram usados estudos realizados pela Ofcom (Office of Communication), entidade que regula o serviço britânico de radiodifusão, assim como considerações feitas por Leão Serva em sua obra *Jornalismo e Desinformação*, com o intuito de unir a ferramenta interativa a um jornalismo plural e de grande valor informativo.

A monografia foi desenvolvida seguindo a seguinte seqüência: A primeira parte traz uma breve contextualização histórica do desenvolvimento do meio televisão, seguido de uma descrição das inovações técnicas concebidas pela digitalização da transmissão. Foram descritos conceitos de interatividade bem como seu desenvolvimento através da internet. Por fim a fundamentação teórica traz conceitos pertinentes para o desenvolvimento de um jornalismo de interesse público.

A estrutura e os recursos interativos utilizados no telejornal proposto foram descritos no segundo capítulo deste trabalho. Cada recurso utilizado foi apoiado nos fundamentos de um jornalismo de interesse público, descrito pelo estudo do Ofcom.

Em seu último capítulo o presente trabalho traz uma análise dos resultados obtidos através da simulação realizada, bem como a viabilidade desta proposta. Foram feitas, ainda, considerações sobre a política de implantação da tecnologia de TV digital no Brasil.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Processo de digitalização da TV no Brasil: aspectos históricos e técnicos

Devido à evolução da TV e sua gradativa penetração social, principalmente no Brasil, a reflexão sobre o uso desta tecnologia como meio de comunicação de massa se torna imprescindível. Atualmente, os aparelhos receptores são encontrados em 90% dos lares brasileiros, são cerca de 65 milhões de TVs. Segundo Becker e Montez (2005, p. 38), 80% dos aparelhos recebem apenas o sinal da TV aberta, sendo esta, na maioria dos casos, a única fonte de informação da população.

O Ministério das Comunicações (2003, p. 1) considera ainda que:

A programação transmitida aos telespectadores é importante fonte de informação e entretenimento da população brasileira, ao que corresponde uma inegável responsabilidade no que tange à cultura nacional e à própria cidadania.

Apesar da fundação do primeiro canal de TV ter se dado em 1936 em Londres, a televisão chega ao Brasil apenas em 1950. Nesta década, nos EUA, já começavam as primeiras transmissões em cores. No Brasil, a TV em cores chega somente em 1970, época em que a televisão teve seu grande desenvolvimento mundial por conta dos avanços tecnológicos que baratearam os aparelhos receptores. Neste momento a TV começa a se tornar um veículo de grande penetração social.

Aos poucos, melhorias como câmeras portáteis, controle remoto para o receptor, aumento da quantidade de canais e ilhas de edição digitais foram incorporados a esta nova tecnologia. No entanto, as buscas por melhorias na TV analógica se encerram na década de 90. A impossibilidade técnica de melhoramentos, que se fizeram necessárias com a “Era do Conhecimento”, exigia a aplicação de novas tecnologias. Com o sistema analógico, o telespectador é obrigado a usar outros meios para se comunicar com o emissor, seja telefone, internet ou até cartas. “Com o passar do tempo, tornou-se imperativo unir essas ferramentas de comunicação à TV; tudo em nome da comodidade de quem transmite e de quem recebe a mensagem do outro lado da telinha” (BECKER E MONTEZ, 2005, p. 41).

Em 2003, enquanto o Japão já lançava comercialmente seu sistema de televisão digital de alta definição, no Brasil tínhamos o início oficial dos estudos para transição do sinal, com a criação do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD) através do Decreto nº 4.901 (DOU, 2003).

No ano de 2006, o Decreto nº 5.820 (DOU, 2006), incorporou a tecnologia japonesa ao padrão de TV digital no Brasil. Com a escolha do ISDB-T (*Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial*) o Governo definiu o prazo final para as transmissões analógicas. A partir de 2016 todas as transmissões televisivas deverão ser realizadas em tecnologia digital.

A digitalização de sistemas, mais do que uma prática atualmente comum em todas as áreas, é considerada por Becker e Montez (2005 p. 64) um caminho certo a ser seguido. A manipulação de sistemas digitalizados se torna mais fácil e com melhor desempenho, uma vez que é realizada através de computadores.

Quando se fala deste processo de digitalização da TV no Brasil, o alvo na verdade é a transmissão/difusão em tecnologia digital, uma vez que muitas emissoras já contam com equipamentos digitais para a produção de conteúdos e os receptores digitais (aparelhos de TVs digitais) estão disponíveis no mercado brasileiro há algum tempo.

Segundo Becker e Montez (2005, p. 100), podemos entender por difusão a transmissão de conteúdo (áudio, vídeo ou dados) do ponto provedor do serviço para outros pontos receptores, sendo o primeiro as emissoras da TVs e o segundo os aparelhos que irão decodificar o sinal e exibi-lo aos telespectadores. Os meios de difusão usados atualmente são via satélite, cabo e radiodifusão, o último também conhecido como difusão terrestre.

Com o sistema de transmissão digital, a vantagem básica adquirida é a conservação da qualidade do sinal. Neste sistema são possíveis três formatos diferentes de TV, o SDTV (*Standard Definition Television*), o HDTV (*High Definition Televisio*) e o EDTV (*Enhanced Definition Television*).

O SDTV é um serviço de áudio e vídeo que mantém as atuais características da TV analógica, 408 linhas com 704 pontos, na proporção 4:3 (altura:largura da imagem). A novidade seria apenas a digitalização do sinal.

Com o EDTV já é possível um aumento médio na qualidade da imagem, uma vez que este serviço passa a transmitir 720 linhas com 1280 pontos.

E o formato de alta definição, conhecido como HDTV, permite a transmissão em 1080 linhas e 1920 pontos, na proporção de vídeo 16:9.

De acordo com a largura da banda disponível esses formatos de transmissão podem ser mesclados. Atualmente as transmissões analógicas de TV no Brasil utilizam uma faixa de frequência de 6 MHz, com a atual tecnologia de compressão para o sistema digital (mpeg 2) é possível transmitir nesta mesma faixa do espectro 4 canais em SDTV ou 1 em HDTV.

Segundo o Ministério da Cultura (2006, p. 6), o recente sistema de compressão *mpeg 4* substituiria o atual padrão *mpeg-2*, que já está há 10 anos no mercado.

Além da compactação do sinal, outra importante característica em relação à otimização é a ausência de interferência. Assim os canais intermediários, atualmente vagos no sistema analógico, podem ser utilizados no sistema digital.

Essa nova compressão *mpeg-4* possibilita que na mesma faixa de frequência, 6 MHz, sejam transmitidos até 2 canais em HDTV e 8 em SDTV, podendo, desta forma, acomodar no espectro um número máximo de 504 canais em SDTV e 126 canais em HDTV.

Assim como no sistema analógico, o sinal digital deve ser captado por uma antena específica, no caso de transmissão por satélite ou radiodifusão, ou pode ser transmitido via cabo. A decodificação deste sinal pode ser feita através de um receptor já embutido no aparelho de TV digital ou por um aparelho externo que converte o sinal para a recepção em uma TV analógica. Este aparelho recebe o nome de *set top box*.

Segundo o Decreto nº 5.820 (DOU, 2006), que dispõe sobre a implantação do sistema brasileiro de TV digital, do ponto de vista técnico, nosso sistema irá permitir transmissão digital simultânea para recepção fixa, móvel e portátil nos formatos SDTV e HDTV, além de recursos de interatividade.

O Decreto acrescenta ainda que a tecnologia de difusão escolhida para as transmissões no Brasil será por radio difusão. A escolha se deve ao atual sistema de transmissão analógica em funcionamento que se dá também por radio difusão.

Becker e Montez (2005, p. 101) destacam que para que seja possível o uso da interatividade os meios de difusão também são utilizados para o canal de retorno. No entanto, a falta de estrutura pode prejudicar esta interatividade. “Devido às limitações da tecnologia atual, usualmente se concebe esse canal de retorno como um canal de comunicação com pequena largura de banda (usando linhas telefônicas, por exemplo)”. (BECKER E MONTEZ (2005, p. 101).

O acesso a esta tecnologia digital é feito através de um aparelho decodificador (caso o aparelho de TV seja analógico) o *set top box*. Este dispositivo, além de converter o sinal, pode oferecer navegação na internet, acesso aos diferentes serviços oferecidos pela TV digital (*t-shopping*, *t-banking* e etc), além da interatividade com programas televisivos.

A interação com este novo sistema oferecido pela tecnologia digital de TV ocorre através da interface. Segundo Johnson (2001 *apud* Teixeira, 2006, p. 2) caracteriza-se por interface o software que dá forma à interação entre usuário e computador:

A interface atua como uma espécie de tradutor, mediando entre as duas partes, tornando uma sensível a outra. Para que a mágica da revolução digital ocorra, um computador deve também representar-se a si mesmo ao usuário, numa linguagem que este compreenda. (JOHNSON, 2001, p. 17).

2.2 Possibilidades de interatividade em potencial, da internet para a TV

Para Becker e Montez (2005, p. 49) o termo interatividade não representa o mesmo que interação. “A interação pode ocorrer diretamente entre dois ou mais entes atuantes, ao contrário da interatividade, que é necessariamente intermediada por um meio eletrônico (usualmente um computador).”

Segundo Teixeira (2006, p. 2), a necessidade humana de comunicação e da construção e intercâmbio do conhecimento exigiu que os sistemas se tornassem cada vez mais interativos e com interfaces gráficas que facilitem seu uso:

Com a revolução digital, as máquinas passaram não apenas a aperfeiçoar tarefas mecânicas, como revolucionaram a maneira como processamos e veiculamos informação. Essas máquinas, no relacionamento com o homem, viram evoluir suas interfaces de controle até que elas próprias (as interfaces) constituíssem um meio de comunicação. (TEIXEIRA, 2006, p. 2),

Para o autor, essa comunicação entre o meio digital e o homem deve ser baseada em uma estrutura semelhante à comunicação humana, com linguagem sonora, visual e verbal. Os estudos para as tecnologias interativas lançaram mão de uma área da ciência que une contribuições da psicologia, da engenharia e da comunicação: a chamada “ergonomia”. A qualidade de uma interface ser de fácil manuseio ou não pelo homem é chamada pelos ergonomistas de usabilidade.

Com o rápido desenvolvimento da internet, os estudos de usabilidade, que eram restritos ao desenvolvimento de software, passaram a ser aplicados com diversos níveis de qualidade, profundidade e segmentação, buscando assim facilitar a comunicação através desta nova rede.

Teixeira (2006, p. 3), considera que para uma interface seja útil ao maior número de pessoas possível, ela deve ser intuitiva. Ser fácil de usar, mas sem perder sua funcionalidade.

O autor ressalta que uma mídia interativa é aquela que se desprende do modelo de um emissor para vários receptores, e permite a este certa participação, mesmo que esta interatividade seja apenas uma percepção do seu ponto de vista.

Stever (1992, *apud* Becker e Montez, 2005, p. 49), classifica a interatividade como o grau de participação, ou influência, na modificação imediata na forma e no conteúdo de um ambiente computacional.

Koogan/Houaiss (1999, *apud* Becker e Montez, 2005, p. 49) explica esta qualidade:

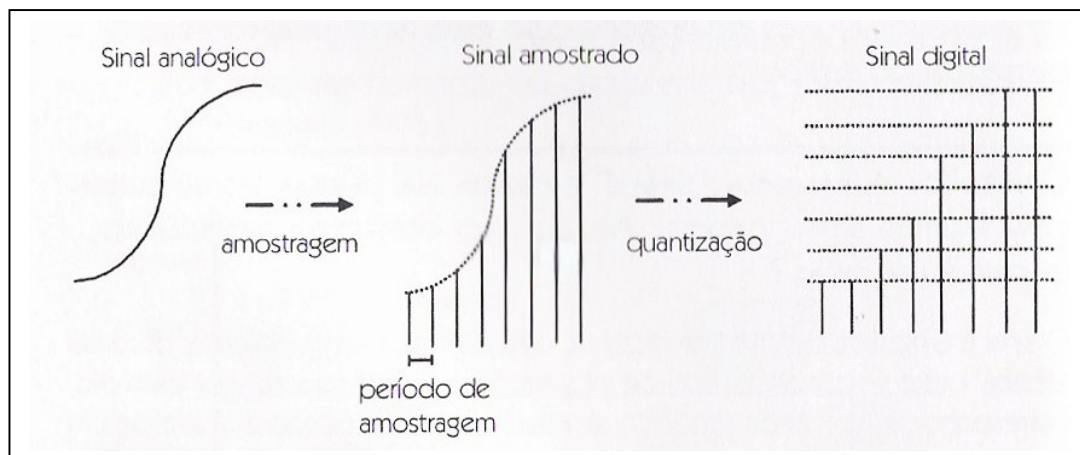
A interatividade é a troca entre o usuário de um sistema informático e a máquina por meio de um terminal dotado de tela de visualização. Assim, os

usuários podem participar modificando a forma e o conteúdo do ambiente mediado em tempo real, sendo esta uma variável direcionada pelo estímulo e determinada pela estrutura tecnológica do meio.

Teixeira (2006, p. 3), lembra que o fato da nova tecnologia de TV ser digital não quer dizer que ela seja interativa. Para o autor, apesar da grande ligação entre meio digitais e a interatividade, um não está diretamente ligado ao outro. A interação mediada por um dispositivo eletrônico pode ocorrer em um sistema analógico de TV em alguns aspectos, como também pode ser inexistente no sistema digital.

Basicamente uma transmissão de TV em um sistema digital é a substituição das ondas eletromagnéticas moduladas com sinais de luminância (luz) e crominância (cor) por ondas enviadas em pacotes numa linguagem binária (zeros e uns) como podemos ver na figura abaixo:

Figura1: Onda analógica e onda digital



Fonte: Becker e Montez (2005, p. 62)

Para Casella e Teixeira (2007, p. 3) esta digitalização que transforma toda informação em uma linguagem de zeros e uns revoluciona o modo como nos comunicamos. “A emissora de televisão se transforma numa espécie de servidora de dados digitais abastecendo os receptores/decodificadores com um audiovisual de melhor qualidade e possivelmente, aplicativos interativos”.

Becker e Montez (2005, p. 106) ressaltam que para que seja possível a interatividade, é preciso ter um canal de retorno. É através desse canal que as respostas do telespectador chegam até a emissora de TV.

A banda deste canal de retorno irá limitar o tipo de interatividade possível pelo sistema de TV Digital. Em palestra realizada no Intercom (A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) em 1 de setembro de 2007, Lauro Teixeira, mestrando em comunicação pela Universidade Estadual Paulista (Unesp), ressaltou que novas tecnologias em estudo, como o Wimax (internet sem fio de banda larga), ensaiam uma boa opção como canal de retorno nos grandes centros urbanos. Através desta tecnologia, seria possível que o telespectador enviasse, por exemplo, vídeos de sua produção para uma emissora, sem precisar reduzir a resolução.

Para Reisman (2002, *apud* Becker e Montez, 2005, p. 52) a interatividade pode ser classificada em diferentes níveis de acordo com os serviços oferecidos:

Reativo – nesse nível, as opções e realimentações (feedbacks) são dirigidas pelo programa, havendo pouco controle do usuário sobre a estrutura do conteúdo;

Coativo – apresenta-se aqui possibilidades de o usuário controlar a seqüência, o ritmo e o estilo;

Pró-ativo – o usuário pode controlar tanto a estrutura quanto o conteúdo.

Lemos (1997, *apud* Becker e Montez, 2005, p. 53), por sua vez, classifica a interatividade na TV em 7 níveis diferentes. No primeiro nível, a interação com a TV, ainda em preto-e-branco, resume-se ao botão de liga de desliga. Num segundo momento, já com o aparelho em cores, o telespectador conta com um controle remoto para facilitar a troca de canal. O terceiro nível se caracteriza pela interferência no conteúdo através de carta, fax ou correio eletrônico. No quarto nível é possível participar do conteúdo a partir da rede telemática em tempo real, escolhendo ângulos de câmeras e diferentes encaminhamentos das informações. O quinto nível oferece a possibilidade de telespectador enviar o vídeo de uma *webcam*, podendo assim participar da programação. No sexto nível há o aumento da banda do canal de retorno, possibilitando assim o envio de vídeos de alta qualidade por parte do telespectador. E, por último, o nível sete permitiria a interatividade plena, na qual o receptor se confunde com o emissor.

Becker e Montez (2005, p. 53) ressaltam que a real interatividade, saindo do estágio Reativo para o Pró-ativo, definido por Reisman, se dá a partir do quinto nível. Este apresenta a característica de não forçar a direção a ser seguida. Há possibilidade de o usuário parar o fluxo das informações e também redirecioná-lo.

Silva (2001, p. 32) vai além afirmando que a interatividade perfeita não se limita a pesquisas de opinião e escolha de conteúdos pré-estabelecidos. Seria necessário oferecer uma infra-estrutura tecnológica de mão dupla, na qual o receptor possa exercer também a função

de emissor. Podendo, assim, sair do papel de consumidor passivo e passar a interferir de fato na programação que recebe.

Atualmente, este nível de interatividade plena já seria possível através da plataforma de internet. Com uma banda larga de alto desempenho qualquer usuário do sistema pode se tornar um emissor de conteúdo (áudio e vídeo em boa qualidade) em grande escala. No entanto, está ainda é uma tecnologia cara, restrita às grandes corporações de internet.

Em termos mais técnicos, Reisman (2005, p. 58) caracteriza o telespectador da TV analógica (sem interatividade) como passivo, inerte, sem ação diante da programação oferecida. Já na TV digital (interativa) esse paradigma é quebrado. O telespectador passa a exercer um papel ativo, interagindo com o transmissor, interrompendo a unidirecionalidade do veículo.

A nova concepção de TV através de um sistema digital interativo representa, segundo Becker e Montez (2005, p. 53), o surgimento de uma nova mídia, com características próprias:

TV interativa não é uma simples junção ou convergência de internet com a TV, nem a evolução de nenhuma das duas, é uma nova mídia que engloba ferramentas de várias outras, entre elas a TV como conhecemos e a navegabilidade da internet.

Casella e Teixeira (2007, p. 10) ratificam a idéia de que estes serviços interativos para a TV não devem ser copiados de outros meios, como a internet, pois podem não ser devidamente entendidos. “As aplicações devem ser desenhadas em compatibilidade com a experiência televisiva dos usuários, levando em consideração suas expectativas.”

Deste modo, o desenvolvimento de interfaces interativas torna-se um processo complexo, pois exige competência para o desenvolvimento de conteúdos, preocupando-se sempre com o *design* de interação, ao mesmo tempo em que é preciso que o telespectador tenha a devida percepção do valor dos aplicativos interativos, uma vez que eles se encontram em uma fase de mudança comportamental como receptores desta nova mídia.

Casella e Teixeira (2007, p. 12) descrevem que, apesar desta evolução da TV, a simplicidade ainda é a norma básica de seu conteúdo. Gráficos, textos e diálogos devem ser de fácil compreensão e podem ser auxiliados por áudio de fundo. As interfaces interativas devem ser focadas à sua função primordial e evitar muitos subníveis de navegação. O autor ressalta que sua aparência gráfica deve ser visualmente simples, de fácil assimilação.

Os elementos da interface gráfica devem ser agrupados harmonicamente, de maneira lógica de acordo com seus significados. Casella e Teixeira (2007, p. 13) ressaltam que os

comandos para acessar recursos interativos devem ser exibidos ao lado do item a ser acionado. No entanto, devem ser de fácil acesso, sem que o telespectador tenha dificuldades em acessar os comandos.

Utilizar o controle remoto pode ser muito cansativo se uma aplicação tiver grande quantidade de seleções e variedade de botões a serem utilizados. Da mesma maneira, é desejável que uma mesma interface utilize poucos planos de navegação. (CASELLA E TEIXEIRA, 2007, p. 13).

A ferramenta básica para utilizar os recursos de interatividade na TV é seu próprio controle remoto, acrescido de algumas teclas de atalho. Casella e Teixeira (2007, p. 14) sugerem que estas teclas tenham formas específicas para auxiliar os portadores de deficiência visual.

FIGURA 2 - Sugestão de configuração do controle remoto para a televisão interativa brasileira



Fonte: BECKER, FORNARI, HERWEG FILHO, & MONTEZ, (2006 *apud* CASELLA, TEIXEIRA, 2007, p. 14)

Segundo Casella e Teixeira (2007, p. 14), é importante que a interface promova um retorno a cada ação, pois o usuário (telespectador) pode não se sentir no comando da situação, ou pode achar que o sistema está travado. Se necessário, o autor ressalta que o usuário pode ser auxiliado com instruções contextuais sobre a operação interativa em questão, como por exemplo, pequenos textos explicativos que aparecem na tela informando o funcionamento da ferramenta interativa oferecida.

Deste modo, o usuário deste sistema interativo passa a fazer parte do circuito produtivo, sendo então responsável pela formação do produto final que ele irá consumir. Silva (2001, p. 108) acredita que esta relação traz uma quebra ao esquema clássico de comunicação de massa (emissor-mensagem-receptor), pois o receptor muda seu estatuto, agora com participação-intervenção, a mensagem muda de natureza e o emissor muda de papel. A mensagem não é mais fechada, ela só terá seu significado sob sua intervenção do receptor.

Marchand (1987, *apud* Silva, 2001, p. 108) acredita que ao oferecer um leque de elementos e possibilidades à manipulação do receptor, abandonamos a “lógica da distribuição (transmissão)” e passamos à “lógica da comunicação (interatividade)”.

Para Silva (2001, p. 48) a emergência da interatividade não é apenas um avanço tecnológico que pretende determinar um novo comportamento, e sim uma adequação aos interesses dos próprios usuários:

Sua emergência não se limita à esfera mercadológica com suas estratégias de marketing e mudanças na oferta e no produto. A emergência da interatividade está também situada na esfera social, assim como na esfera tecnológica.

O autor (2001, p. 58) acredita que a “era da informação” atrelada aos avanços tecnológicos ocasionaram modificações na própria natureza social, transformando o receptor-consumidor passivo em um manipulador de informações interessado em operações múltiplas e flexíveis.

Castells (1999 *apud* Silva, 2001, p. 58) afirma que esta nova morfologia social, com uma crescente segmentação dos indivíduos por interesses, potencia a configuração da tecnologia. Para o autor deixamos a “sociedade de massas” e passamos para a “sociedade de redes”, sendo que nesta, recursos como a interatividade se tornam essenciais, pois valorizam as características individuais de seus membros.

2.3 Usuário frente às novas tecnologias

O desenvolvimento desta nova maneira de se relacionar com os meios eletrônicos, que teve seu grande avanço com a internet, está forjando uma cultura, novos comportamentos e modos de usufruir das tecnologias digitais. Com as inovações, surge um novo perfil de usuário hábil para tirar proveito das possibilidades e potencialidades das plataformas de comunicação.

Este conjunto de “técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores” que se desenvolvem juntamente com o crescimento do espaço da comunicação e das informações virtuais é chamado por Lévy (1999, p. 17) de “cibercultura”.

O autor (1999, p. 56) ressalta que, com o advento do hipertexto, sofremos uma revolução na maneira de consumir informações. Este hipertexto, constituído de nós, nos dá a opção de traçar nosso próprio caminho. Através destes links saímos de uma leitura linear e passamos a consumir aquilo que nos interessa, sem precisar seguir uma ordem estabelecida. “Agora é um texto móvel, caleidoscópico, que apresenta suas facetas, gira, dobra-se e desdobra-se à vontade frente ao leitor”.

Lévy (1999, p. 56) considera que a tendência contemporânea à “hipertextualização” pode ser definida como uma tendência à indeterminação. O hipertexto se torna um espaço de possibilidades, enquanto o leitor, ao escolher os caminhos de sua leitura, está na verdade escrevendo uma leitura particular de acordo com os seus interesses.

Estes navegantes que traçam seu caminho dentro das possibilidades de informação são considerados por Ferrari (2004, p. 48) como mais interessados, e, por este motivo, absorvem melhor as informações que consomem. A autora explica que 75% dos artigos on-line são lidos na íntegra, enquanto em veículos impressos esse percentual cai para 25%. “Isso ocorre porque o leitor impresso não realiza nenhuma tarefa para chegar até o final da reportagem, enquanto o on-line precisa clicar e escolher o que quer ler. Está realmente interessado pelo assunto”.

Ferrari (2004, p. 42) acrescenta que esta nova prática de leitura é comum das gerações criadas com a internet, com a navegação não linear. Estes indivíduos entre 18 e 25 anos são os principais consumidores das novas mídias interativas, eles estão educados às interfaces gráficas, dinâmicas e coloridas. “Estão habituados a janelas que se abrem para outros conteúdos, multitarefas, interatividade de sistemas e software cada vez mais amigáveis”.

Para a autora (2004, p. 48) esta geração se sente atraída por este vasto leque de possibilidades:

A mídia digital, nascida graças aos avanços tecnológicos e à solidificação da era da informação, consegue atingir o indivíduo digital – um único ser com suas preferências editoriais e vontades consumistas, um cidadão que cresceu jogando videogame e interagindo com o mundo eletrônico.

Brasil e Arnt (2001, p. 26) consideram que esta geração não quer ser guiada, e sim ocupar uma função ativa no processo de comunicação. “A interatividade é um pré-requisito: eles querem diálogo e não imposição”.

Cada vez mais a sociedade está tendo que lidar com novas tecnologias. Dispositivos como menus de DVDs, caixas de banco, celulares e computadores oferecem barreiras as quais os usuários se apropriam mais rapidamente a cada dia. Para Casella e Teixeira (2007, p. 14), com a funcionalidade da tecnologia de TV digital não será diferente. “A convergência nesse meio pode dar ao usuário um poder de controle jamais visto, alterando os modos de fluxo, fruição e cognição”.

Apesar das grandes possibilidades deste meio em discussão, Casella e Teixeira (2007, p. 15) acreditam que é preciso discutir o que é de real relevância para o meio e para o usuário. É preciso que esta nova linguagem de signos, como os diferentes modos de interatividade, não seja apenas persuasiva, mas tenham um elevado grau de usabilidade.

Deste modo, os produtores de conteúdo para este meio digital deverão usufruir das inúmeras possibilidades gradativamente para que seu público, de características heterogêneas, não rejeite a nova linguagem. Aos poucos o telespectador conhecerá essa nova televisão e poderá mudar seu modo de consumi-la, mais individualizado e participativo.

Rosa (2006 *apud* Casella e Teixeira, 2007, p. 2) confirma a tendência que a televisão digital interativa tem de transformar tanto a linguagem de produção (aprender a produzir para o meio) como a linguagem de uso (maneira de usufruir do meio). Deste modo, é essencial que a produção das interfaces seja centrada no usuário, pois este novo meio deve ser fácil de aprender, ser eficiente na utilização e ser fácil de ser recordado.

Neste contexto da cultura digital os espectadores passam a ser chamados de usuários, uma vez que interagem com o meio personalizando seu consumo. (TEIXEIRA, 2006, p. 6). Estes usuários, que já participavam interativamente de programas para a TV analógica através de ligações telefônicas, mensagem de celular e correio eletrônico, passam agora a responder a estes, e muitos outros estímulos, através do mesmo *display* de recepção. O avanço da tecnologia poderá oferecer ao usuário uma crescente possibilidade de interação.

No entanto, as possibilidades técnicas, por si só, não garantem uma televisão de qualidade. Para Lévy (1999, p. 26) as técnicas não são boas nem más, isto irá depender dos usos que faremos delas, de como iremos formular projetos que explorem suas potencialidades. Assim, digital ou analógica as poucas concessionárias de TV no Brasil utilizam o espectro eletromagnético que é de domínio público. Deste modo se faz necessária a discussão sobre o conteúdo produzido, para que haja uma programação informativa que atenda os interesses públicos.

2.4 Televisão informativa como interesse público

Levando em consideração o interesse público, Siqueira e Rothberg (2005, p. 133) ressaltam que uma TV deve ser independente, ser fator de integração e inclusão social, defender a pluralidade, a diversidade e os direitos das minorias.

Bolin (2004, *apud* Siqueira e Rothberg 2005, p. 136) ressalta que os meios devem ser plurais constituindo um espaço aonde a sociedade se comunique com ela mesma, “com transparência e acesso disponível de forma equilibrada às diferentes posições”.

A Abepec (Associação Brasileira das Emissoras, Públicas, Educativas e Culturais), entidade fundada em 1998 em defesa da TV pública, tem como princípios a necessidade da TV ser independente, plural e defender os direitos das minorias. Para a entidade a TV deve ser fator de integração social e promover a informação como instrumento de cidadania.

Siqueira e Rothberg (2005, p. 140) acreditam que os estudos do Ofcom (Office of Communication), entidade que regula o serviço britânico de radiodifusão desde 2003, ofereçam critérios para orientar as programações televisivas brasileiras, uma vez que as outorgas devem atender o interesse público.

Os estudos realizados pelo Ofcom demonstraram que os indivíduos buscam programas televisivos que ampliem sua compreensão do mundo e que os façam pensar. Na pesquisa realizada pela Ofcom, o público que acredita no caráter de entretenimento da TV, ao invés de um papel informativo e educacional, é de apenas 11%.

Para McKinsey & Company (2004, *apud* Siqueira e Rothberg 2005, p. 136) uma emissora pública deve confrontar o gosto pessoal massificado, “fazer circular uma variedade de opiniões diversas” e “dar poderes a cidadãos governados nem por Estados despóticos nem por forças de mercado”.

No caso das emissoras inseridas em um sistema de mercado, Miguel (2004, *apud* Siqueira e Rothberg 2005, p.139) ressalta que informação e cultura acabam sendo reduzidos a “elementos de disputa pela audiência”. O autor acredita que as emissoras tratam o telespectador como público consumidor, e não como cidadão.

Assim, este conteúdo oferecido pelas empresas guiadas pelo lucro não correspondem com a diversidade e o pluralismo essenciais para uma democracia. Seu público é transformado em consumidor ao invés de se estimulado a exercer um papel de cidadão.

A televisão inserida em um sistema de mercado não atende aos interesses públicos, sua pela busca do lucro, segundo o Ofcom (2004), *apud* Siqueira e Rothberg (2005, p. 135) acaba por resultar em quatro falhas:

- a) não é capaz de oferecer informação precisa e plural o suficiente para a formação de cidadãos no nível de esclarecimento exigido pelas democracias liberais contemporâneas; b) não é capaz de cultivar uma identidade cultural a partir da expressão das diferentes comunidades regionais, o que abre caminho para a dominação de valores culturais de outros países; c) não consegue estimular, apesar da enorme potencialidade do meio televisivo, o interesse sobre o domínio de conhecimentos de história, ciência e meio ambiente, imprescindíveis ao crescimento intelectual; d) é incapaz de disseminar valores comuns sobre como a sociedade funciona, quais regras devem ser seguidas e quais relacionamentos devem ser construídos.

Para o Ofcom a televisão deve ter suas potencialidades exploradas além da busca pela satisfação isolada do indivíduo. O telespectador deve ser tratado acima de suas preferências individuais. Ele não deve apenas escolher o que deseja assistir, mas ter a sua disposição conteúdos que o faça desejar que o máximo de pessoas assistam.

Dentre a programação da TV pública britânica o Ofcom (2004), *apud* Siqueira e Rothberg (2005, p. 138) elenca 11 gêneros que devem ser explorados. Os dois primeiros referem-se a notícias e discussões sobre atualidades, “como controvérsias sobre política, economia e administração pública”. Para o Ofcom, estes dois gêneros podem oferecer “um dos maiores riscos a uma sociedade democrática, caso haja apenas uma limitada gama de perspectivas disponíveis.”

Ferrari (2004, p. 47), em uma análise voltada à busca por audiência, mas não menos importante como forma de oferecer informativos que atendam o interesse público, ressalta que em uma realidade onde as informações rapidamente tornam-se comuns a todos os veículos, é preciso criar um diferencial para conquistar o espectador. Para a autora, a informação deve ser bem trabalhada, explorando todas as possibilidades disponíveis pelo meio. Assim o espectador será conquistado não apenas pela profundidade das informações, mas também pela riqueza de desdobramentos oferecidos.

Em “Jornalismo e Desinformação”, Serva (2001) elenca uma série de falhas no processo de produção do jornalismo impresso. Ao trabalhar como correspondente de guerra nos conflitos armados da ex-Iugoslávia, Serva observou que muitas notícias publicadas a respeito destes conflitos, ao invés de contribuir para compreensão dos leitores, os deixariam, na verdade, mal informados.

Apesar de ser um trabalho focado a área impressa, suas considerações são aplicáveis a qualquer veículo que busca tornar suas informações inteligíveis ao público. Segundo Serva (2001, p. 49), para que os fatos transmitidos possam fazer sentido para o receptor da mensagem, é preciso, antes de tudo, dar a ele todo conhecimento e informações necessárias.

A ausência de conhecimento de uma informação pelo receptor, por omissão, submissão, sonegação, saturação ou ainda por redução pode fazer com que uma história complexa se torne um caso de maniqueísmo. (SERVA, 2001, p. 98).

Por omissão Serva, (2001, p. 65), podemos entender a falta de qualquer informação que não foi possível obter no processo de produção da notícia. Normalmente esta falha está ligada ao curto tempo em que as notícias são produzidas no jornalismo moderno.

Edições de notícias, que não permitem ao receptor compreender sua real importância e seu significado, são consideradas pelo autor (2001, p. 66) casos de submissão.

A sonegação Serva, (2001, p. 66), está ligada ao fato da informação ser de conhecimento do órgão de imprensa, no entanto, por motivos de descuido é perdida ou arquivada pela falta de conhecimento do seu real valor. Serva (2001, p. 77) ressalta que a saturação ocorre quando o receptor é exposto em demasia a diversas notícias diferentes, assim ele não interpreta ou avalia o fato que esta diante dele. Por fim o autor (2001, p. 83) define por redução a simplificação em excesso de uma notícia, fazendo com que o receptor também tenha a compreensão da totalidade do significado reduzida.

Deste modo é possível compreender que a produção de conteúdos informativos para a TV digital, além da necessidade de sua adequação técnica, aproveitando os recursos do sistema digital, traz à tona o uso da televisão como um veículo de interesse público. Este cenário de mudanças tecnológicas se torna então em um importante momento para a discussão do futuro deste veículo, buscando atender anseios como a defesa da pluralidade, a integração social, a valorização da diversidade e do direito das minorias, bem como a democratização da informação, de modo claro, que contribua para que o telespectador compreenda melhor a realidade na qual vive e atua.

Em termos mais práticos, é possível imaginar algumas aplicações para o telejornalismo da era digital:

1. Durante toda a exibição do telejornal, um sinal gráfico informa o telespectador que informações pontuais como agenda cultural, previsão do tempo e cotação cambial de diversas moedas estão disponíveis a qualquer momento.
2. Durante a exibição de uma reportagem, que é desdobramento de um fato, o espectador pode utilizar o recurso interativo receber uma contextualização do fato.
3. Comentários de especialistas (ao vivo) podem ser feitos através de uma webcam instalada no receptor digital, ao invés de ligações telefônicas ou presença no estúdio, como é feito atualmente.
4. Em entrevista, telespectador faz pergunta ao vivo pela webcam.
5. O recurso interativo pode oferecer fontes que foram descartadas na edição final da matéria.
6. Pesquisas de opinião, através do controle remoto o telespectador pode votar.
7. Conteúdos opinativos como editorial ou comentários podem ser opcionais, acionados através do recurso interativo caso o telespectador queira assistir.

8. Pequenos quadros podem ser exibidos mostrando ao telespectador a seqüência das matérias que serão exibidas.
9. Conteúdos extras como fotos, gráficos e animações podem ser oferecidos ao telespectador.
10. Legendas podem ser acionadas para que deficientes auditivos tenham acesso ao conteúdo do telejornal.
11. Materiais brutos de entrevistas podem ser oferecidos ao telespectador para não limitar o comentário do entrevistado à edição do telejornal.

Algumas dessas possibilidades serão experimentadas no protótipo desse projeto, descrito no próximo capítulo.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Desenvolver, através das possibilidades oferecidas pela plataforma digital de televisão, usos do recurso de interatividade na produção telejornalística.

3.2 Objetivos Específicos

1. Descrever aspectos básicos do sistema de TV digital
2. Através da junção dos parâmetros da atual televisão e da internet, explorar bases para o uso da interatividade no telejornalismo
3. Discutir o potencial das plataformas digitais na produção do jornalismo de interesse público
4. Simular a produção de um telejornal de 50 minutos

4 METODOLOGIA

Através do levantamento bibliográfico das características e potencialidades da televisão digital e relacionando-as aos usos da interatividade no jornalismo, foi produzida uma simulação de um telejornal de 50 minutos, ao qual foram aplicados diferentes recursos interativos.

A elaboração destes recursos levou em conta o levantamento bibliográfico sobre jornalismo de interesse público, com o intuito de que estes recursos adicionais ofereçam ao telespectador a oportunidade de se aprofundar nas notícias que lhe forem de maior interesse.

Esta tecnologia interativa oferece ainda a possibilidade do espectador participar diretamente do conteúdo jornalístico, sendo este aspecto também explorado pelo presente trabalho.

5 DESENVOLVIMENTO

5.1 Simulação

Com base nos estudos realizados para a aplicabilidade dos recursos interativos no telejornalismo para TV digital, um telejornal com 50 minutos foi desenvolvido para exemplificar estes recursos. Neste produto criado foram aplicados os recursos interativos elencados no capítulo anterior, com o objetivo de tornar este telejornal em uma estrutura flexível, na qual o espectador possa desenvolver certa navegabilidade de acordo com seu interesse pelos assuntos apresentados e possa, desta forma, aprofundar seus conhecimentos com conteúdos complementares às matérias exibidas.

Para o desenvolvimento deste telejornal foram aproveitadas matérias produzidas por estudantes do curso de jornalismo da Universidade do Sagrado Coração. A estas matérias, que contam com a estrutura padrão de um telejornal (offs, passagem, sonoras), foram acrescentados recursos adicionais que ampliam a quantidade de informações oferecidas. No entanto, estes recursos adicionais são exibidos apenas se o espectador escolher assisti-los.

Para aumentar as possibilidades dentro desta simulação de um telejornalismo interativo, foram produzidas, ainda, duas matérias exclusivamente para este trabalho, as quais já tinham em suas pautas a previsão dos recursos interativos que seriam usados.

Além de conteúdos adicionais às matérias, foram criadas ferramentas nas quais o espectador pode acessar, a qualquer momento, informações do mercado cambial, agenda cultural e previsão do tempo. A seqüência de exibição das matérias também é disponibilizada para que o espectador saiba o momento em que a notícia de seu maior interesse será exibida.

O acesso á essas informações se dá por um menu lateral, como mostra a figura:

Figura 3 – Menu com opções de mercado cambial, agenda e previsão do tempo



Para exemplificar ferramentas que auxiliam o acesso dos portadores de deficiência auditiva às informações do telejornal, uma das matérias exibidas possui legenda, que é ativada pelo próprio espectador.

Figura 4 – Matéria com legenda opcional



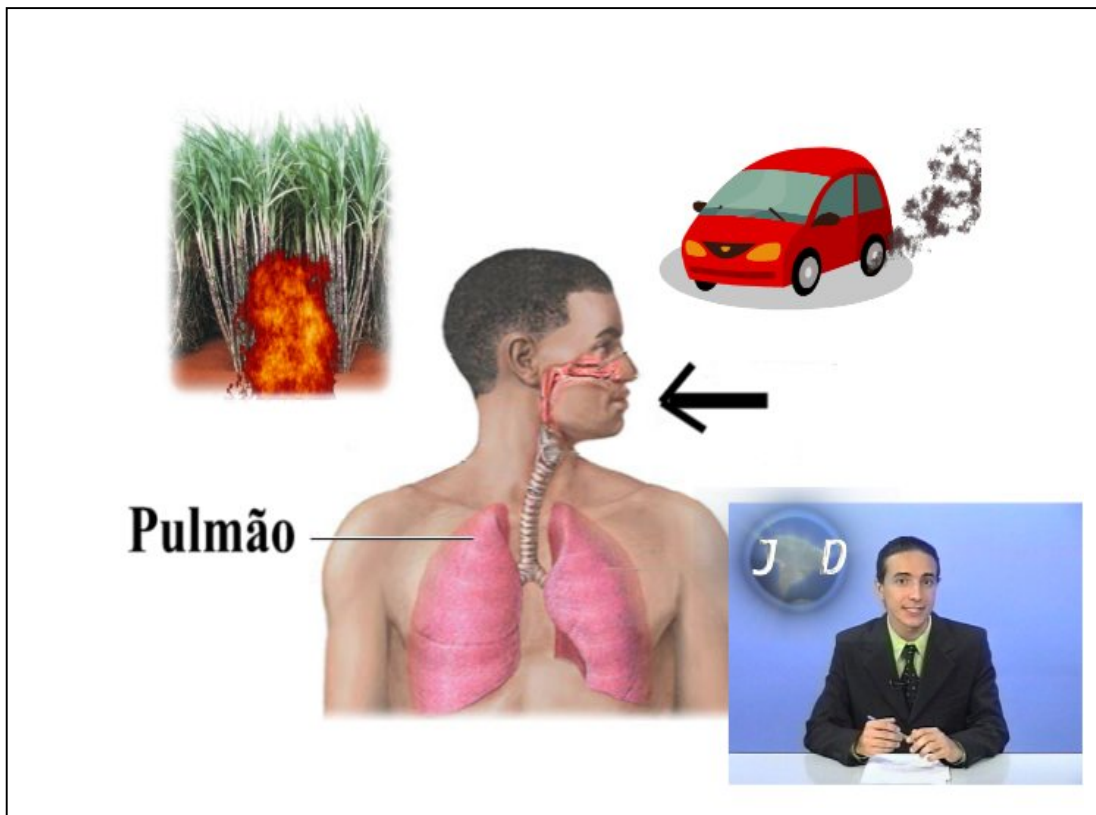
O material foi criado para visualização em computadores, uma vez que a tecnologia de gerenciamento dos recursos interativos ainda não está disponível para a população brasileira.

5.2 Aplicando recursos interativos

A primeira matéria exibida relata os problemas de poluição do ar na cidade de Jaú. Após ouvir a população e os responsáveis da área a matéria disponibiliza, através do recurso interativo, uma animação explicativa sobre como as substâncias poluentes penetram no organismo humano.

Esta animação é exibida como um recurso adicional, ou seja, se o espectador preferir ele poderá continuar acompanhando o telejornal normalmente ao invés de acessá-la.

Figura 5 – Recurso adicional de animação



A segunda matéria exibida pelo telejornal refere-se ao aumento nos preços dos combustíveis. Após sua exibição o espectador pode acessar, se preferir, uma análise aprofundada sobre o assunto com o economista Reinaldo Cafeo.

A terceira matéria relata o trabalho da Liga das Escolas de Samba de Bauru para tentar trazer o carnaval bauruense de volta ao sambódromo. Por se tratar de uma política do poder executivo da cidade, o telejornal propõe uma votação entre os espectadores. Através do próprio controle remoto (no caso pelo teclado do computador), é possível votar “sim” ou “não” o resultado da pesquisa é dado na seqüência do telejornal.

As opções para a votação são exibidas na tela, como mostra a figura a seguir:

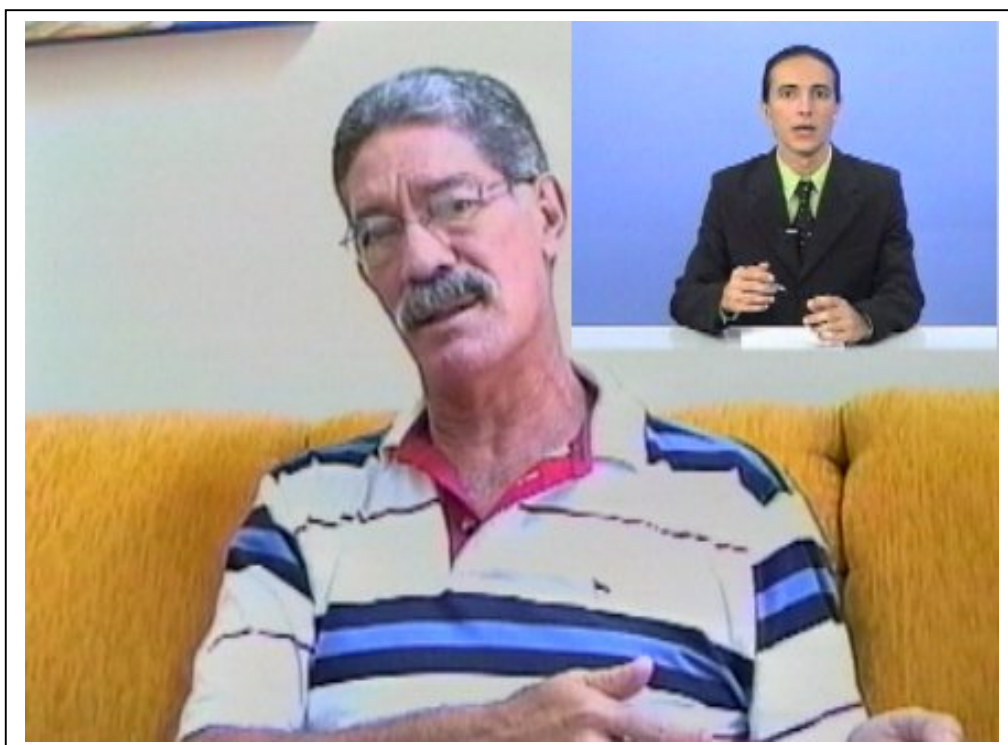
Figura 6 – Pesquisa de opinião com votação do telespectador



Na seqüência, a quarta matéria refere-se a políticas públicas de segurança. Foram entrevistados o tenente coronel José Humberto Nardo, comandante do 4º Batalhão da Polícia Militar, e o vereador Paulo Madureira, presidente da Câmara Municipal. Para tornar a matéria ainda mais plural, de acordo com o que foi apontado pelos estudos do Ofcom, citados no capítulo anterior, foi feito ainda um fala povo, no qual alguns cidadãos bauruenses davam sua opinião sobre a segurança da cidade.

Com o intuito de demonstrar a facilidade da inserção de qualquer entrevistado ao vivo no telejornal, desenvolvemos, após a matéria, uma análise sobre o assunto feita pelo coronel aposentado Eliseu Eclair (ex. chefe de segurança). Sua inserção ao telejornal se dá através de uma *webcam*, que acoplada ao receptor digital pode enviar a imagem a uma emissora.

Figura 7 – Entrevista ao vivo com especialista pela *webcam*



A quinta matéria exibida demonstra o processo de doação de material para os acervos dos dois museus de Bauru. Após o relato da importância das doações o espectador poderá acessar através do recurso interativo mais imagens dos museus da cidade. Podendo assim, conhecer um pouco mais sobre o atual acervo disponível.

A sexta matéria descreve o programa Alimente-se bem com 1 real, do Serviço Social da Indústria. No final da matéria foi acrescentada uma receita culinária através do recurso interativo.

Figura 8 – *Link* para o recurso adicional - receita



Na seqüência, a sétima matéria apresenta um panorama sobre a importância que o município dá às atividades culturais. Após conhecer a opinião dos vereadores e do secretário de cultura o espectador pode acessar como recurso adicional um fala povo com a opinião de pessoas da cidade.

Figura 9 - Fala povo como recurso adicional



A última matéria do jornal apresenta informações sobre antenas de telefonia celular. Após desenvolver o assunto o espectador tem a opção de conferir na íntegra as entrevistas realizadas para a produção da matéria.

Após a exibição das matérias o telejornal é finalizado com uma entrevista no estúdio sobre a implantação do sistema de televisão digital no Brasil. Durante a entrevista os espectadores têm a oportunidade de fazer perguntas através de uma webcam acoplada ao receptor da TV digital.

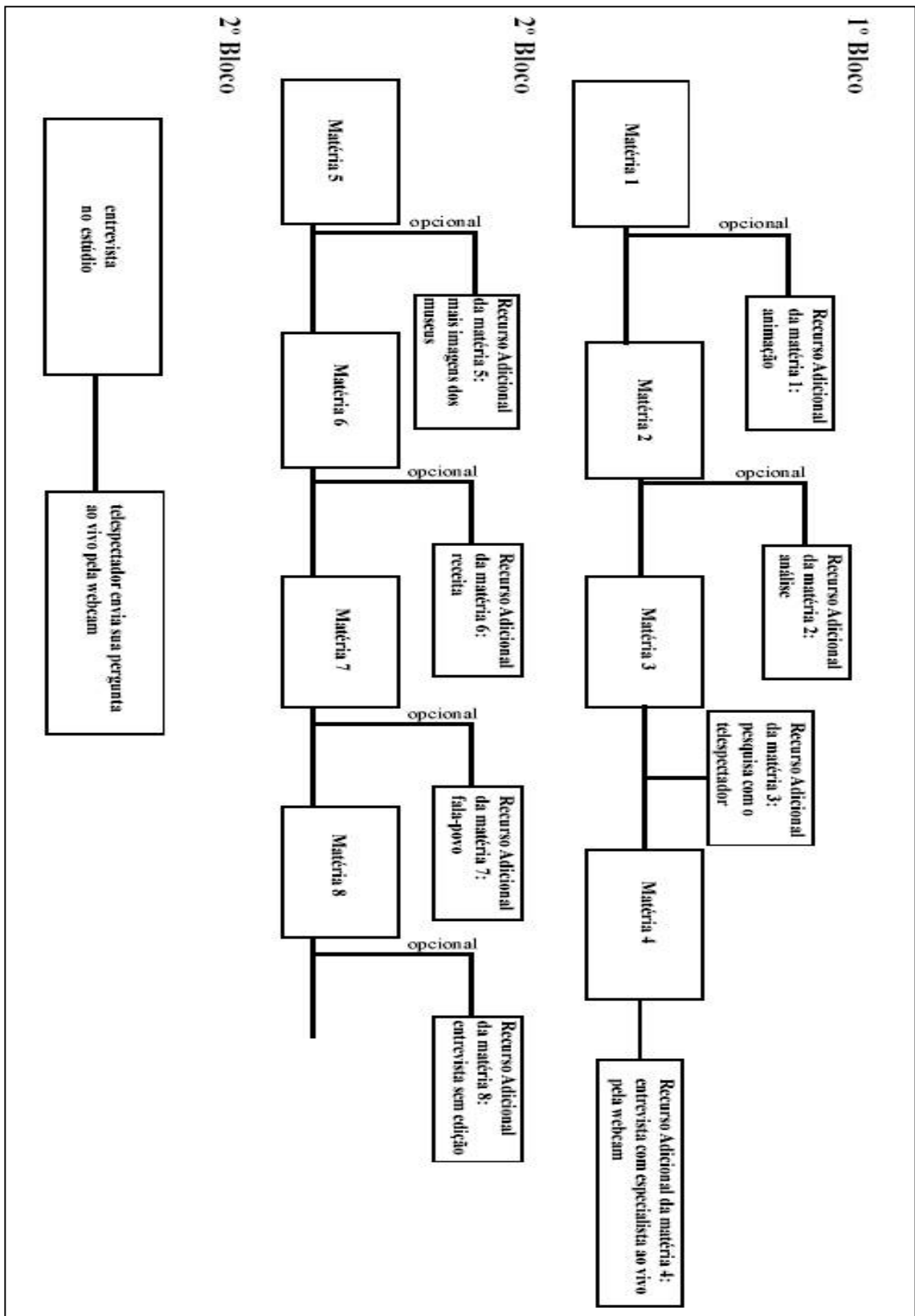
Figura 10 – Pergunta do telespectador ao vivo



Assim, a estrutura do telejornal produzido se assemelha à de uma página da internet, na qual o usuário tem liberdade de acessar os *links* de acordo com seu interesse.

A figura a seguir mostra a estrutura final do telejornal, com seus recursos interativos adicionais:

Figura 11 – Estrutura do jornal produzido



6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Baseando-se na literatura pesquisada, foi possível construir uma simulação de um telejornal interativo. Através dos recursos produzidos, foi possível oferecer ao espectador conteúdos extras que puderam aumentar a quantidade de informações oferecidas em cada matéria.

Deste modo, a simulação demonstra a possibilidade de o telespectador aprofundar seus conhecimentos sobre os assuntos que lhe forem de maior interesse.

No entanto, é importante ressaltar que estes recursos adicionais devem ser criados fora da estrutura padrão de uma matéria de TV. Assim, a matéria em si deve apresentar as informações necessárias para se compreender o assunto tratado e, ainda, exibir o relato das partes envolvidas. Não deixando, desta forma, informações cruciais para os recursos interativos, que são opcionais. Por exemplo, no caso de uma matéria envolver três diferentes fontes, ao colocar o relato de uma dessas fontes como recurso interativo o conteúdo básico necessário seria transformado em recurso opcional, comprometendo a qualidade da informação sobre o fato em questão na matéria.

A estes recursos interativos adicionais, cabe explorar aprofundamentos das matérias, permitindo que um veículo que tem por natureza trabalhar com informações de modo superficial dê ao espectador a chance de conhecer melhor os assuntos tratados.

Na simulação desenvolvida por este trabalho foi possível usar este recurso de diferentes modos como: animações explicativas adicional; forma de oferecer ao espectador a possibilidade de assistir as entrevistas originais, sem terem sido editadas; imagens extras que possam interessar ao espectador; análise de um especialista; pesquisa de opinião com o telespectador; textos adicionais; possibilidade de acessar um fala-povo com diferentes opiniões da população. Além das possibilidades decorrentes da tecnologia, como participação ao vivo no telejornal pela *webcam*, seja como pergunta de um telespectador ou a participação de um especialista. Oferecer legendas para facilitar o acesso aos deficientes auditivos. E, ainda, possibilitar que conteúdos como agenda cultural, indicadores econômicos e previsão do tempo sejam acessados a qualquer momento.

A possibilidades de se utilizar estes recursos se torna positiva uma vez que o telespectador irá escolher o conteúdo que irá acessar, dando a este conteúdo um maior nível de atenção, dado o seu interesse. No entanto, ao fugir da programação ao vivo para acessar o recurso, o telespectador passa a perder parte do conteúdo transmitido na seqüência. Problema

este que pode ser resolvido através da ferramenta oferecida pela tecnologia digital chamada vídeo sob demanda. Assim, após ser exibido ao vivo, o telejornal passa a fazer parte de um banco de dados podendo ser acessado a qualquer momento pelo espectador.

É importante ressaltar que a produção destes conteúdos adicionais torna o processo de produção de notícias mais trabalhoso e mais oneroso. Apesar, dos benefícios trazidos, como o presente trabalho pode verificar, a proposta pode sofrer resistência pelas emissoras de TV com caráter comercial.

Em relação aos níveis de interatividade possíveis através do sistema digital, é preciso salientar a dificuldade de oferecer possibilidades ao espectador além de reagir aos conteúdos já finalizados. Durante a produção da simulação feita como parte desta monografia, foi possível verificar que, salvo em programas de entrevista, nos quais o espectador pode participar diretamente com sua pergunta, a possibilidade do espectador participar da produção de conteúdo jornalístico se torna perigosa, uma vez que é dada a este espectador participativo a credibilidade de todo um veículo. Assim, fazem-se necessários estudos complementares a respeito da participação do espectador no conteúdo exibido por um telejornal.

No que diz respeito às informações políticas do padrão de TV digital em processo de instalação no Brasil, fica evidente a proposta do governo em não se democratizar este veículo. Apesar da possibilidade de inserção de até 504 canais de televisão, o governo concedeu uma faixa do espectro de 6 MHz para cada emissora presente no sinal analógico. Isso significa que cada emissora que dispõem de 1 canal no atual sistema de TV, passa a ter 8 canais com a mesma resolução no sistema digital.

Por fim, a conclusão deste trabalho deixa uma questão para investigações futuras: considerando a frase de McLuhan de que, cada nova mídia nova que surge, mimetiza a mídia imediatamente anterior, de início, provavelmente, o que teremos é a TV digital se apoiando na linguagem da TV analógica. Entretanto, se a TV digital seguir a tendência histórica do surgimento e desenvolvimento das mídias que a precederam, no médio prazo, novos formatos irão surgir. Especificamente no caso do jornalismo, uma tarefa emergente será a criação de uma nova tipologia de gêneros e formatos para o telejornalismo.

REFERÊNCIAS

BECKER, Valdecir, e Carlos MONTEZ. TV digital interativa: conceitos, desafio e perspectivas para o Brasil. 2 ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

BRASIL, Antonio, e ARNT, Hérís. “Telejornalismo On-line em debate. Rio de Janeiro: E-Papers, 2002.

BRASIL, Ministério das Comunicações. **Proposta de Decreto que institui o Sistema Brasileiro de Televisão Digital – SBTVD**. Brasília 2003.

CASELLA, César, e TEIXEIRA, Lauro H. P. “Televisão Digital Interativa: a usabilidade como linguagem de uso. In: INTERCOM, n. 30, 2007, Santos. **Anais...** Santos : Intercom, 2007. 1CD.

COLLINS, R. **Evidence to 2007 Ofcom consultation on the "Public Service Publisher" (A new approach to public service content in the digital media age. The potential role of the Public Service Publisher)**.

Disponível em:

<<http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/pspnewapproach/responses/collins.pdf>>. Acesso em: 15 de agosto 2007

DOU. “Decreto Nº5.820, DE 29 DE JUNHO DE 2006 – Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição do sistema de radio difusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão, e dá outras providências. “Diário Oficial da União, 30 de Junho de 2006.

FERRARI, Pollyana. **“Jornalismo Digital”**. São Paulo: Contexto, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34 LTDA, 1999.

SERVA, Leão. **“Jornalismo e Desinformação”**. São Paulo: Senac, 2001.

SILVA, Marco. **Sala de aula interativa**. Rio de Janeiro: Quarteto Editora, 2000.

SIQUEIRA, A. B. ; ROTHBERG, Danilo . TV pública e democracia: perspectivas para o Brasil. **Revista fronteira**, São Leopoldo, v.3, n. 2, p. 131-142. 2005.

SIQUEIRA, Alexandra B. (2007) **Educação para a mídia como política pública: experiência inglesa e referências para o Brasil**”. In Comunicação & Política Vol 1(25), p.73-100.

TEIXEIRA, Lauro H. P. “Usabilidade e Entretenimento na TV Digital Interativa. **ECOS Revista (Educat)**, local, v.10, n.01, p.183-204, jun. 2006.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

LOPEZ, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2001.

MÍDIACOM DEMOCRACIA. Brasília: FNDC. N. 2, junho de 2006. 38 pags.

MÍDIACOM DEMOCRACIA. Brasília: FNDC. N. 5, janeiro de 2007. 30 pags.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil**: um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

TELA VIVA. São Paulo: Glasberg, n. 163, agosto de 2006. 70 pags.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1999.