

As possibilidades interativas no telejornalismo da TV digital aberta no Brasil

Posibilidades interactivas en el telejournalism de la televisión digital abierta en Brasil

Interactive possibilities in the telejournalism of the open digital TV in Brazil

Francisco Machado Filho¹

Selma Miranda²

Resumo:

O presente texto apresenta propostas para o uso da interatividade no telejornalismo de uma emissora aberta de televisão e as consequências dessa utilização. As questões aqui levantadas vão além da problemática técnica e contemplam, também, questões do campo teórico. O propósito fundamental deste trabalho é apresentar possibilidades interativas no telejornalismo como forma de proporcionar a esse formato televisivo ferramentas para acompanhar as transformações tecnológicas no campo da produção e do compartilhamento de notícias. Entretanto, ao utilizar essas ferramentas, o telejornalismo está possibilitando a inversão das duas importantes hipóteses que descrevem o telejornalismo analógico: a Hipótese do Agendamento e a Espiral do Silêncio. Para chegar ao seu principal objetivo, recorreu-se a referencial teórico pertinente às questões aqui tratadas e ao levantamento de alguns aplicativos interativos para televisão digital desenvolvidos especificamente para telejornais. A partir desse instrumental, elencamos dois conjuntos de recursos interativos que podem ser empregados, de forma geral, nos telejornais e de que forma esses recursos se relacionam com as hipóteses do Agendamento e da Espiral do Silêncio.

Palavras-chave: Telejornalismo. Agendamento. Interatividade. TV digital.

¹ Professor do departamento de Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP/Bauru-SP. Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo – UMESP/SP. E-mail: fmachado@faac.unesp.br

² Mestranda em Comunicação no programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP/Bauru-SP. E-mail: selmamiranda2@gmail.com

Resumen:

Este trabajo presenta propuestas para el uso de la interactividad en el telejournalism en un canal de televisión abierta y las consecuencias de este uso. Las cuestiones planteadas aquí van más allá de las cuestiones técnicas y también aborda temas de campo teórico. El propósito fundamental de este trabajo es presentar las posibilidades interactivas en el telejournalism como una forma de proporcionar estas herramientas de formato de televisión para mantenerse al día con los cambios tecnológicos en el campo de la producción y el intercambio de noticias. Sin embargo, mediante el uso de estas herramientas, las noticias de la televisión está permitiendo la inversión de dos hipótesis importantes que describen el periodismo televisivo analógico: Programación de hipótesis y la Espiral del Silencio. Para alcanzar su objetivo principal se utilizó un marco teórico relevante para los temas abordados aquí y una encuesta de algunas aplicaciones interactivas para la televisión digital desarrollado específicamente para las noticias. A partir de este instrumento, se seleccionaron dos grupos de características interactivas que se pueden emplear, en general, los noticieros, y cómo estas características se relacionan con las hipótesis de la programación y Espiral del Silencio.

Palabras clave: Telejournalism. *Agenda setting*. Interactividad. TV Digital.

Abstract:

This paper presents proposals for the use of interactivity in the telejournalism in an open television broadcaster and the consequences of this use. The issues raised here go beyond technical issues and also addresses issues of theoretical field. The fundamental purpose of this paper is to present interactive possibilities in television journalism as a way of providing this television format tools to keep up with technological changes in the field of production and sharing news. However, by using these tools, the television news is enabling reversal of two important hypotheses that describe the analog television journalism: Scheduling Hypothesis and the Spiral of Silence. To reach your main goal we used a theoretical framework relevant to the issues addressed here and a survey of some interactive applications for digital television developed specifically for TV newscast. From this instrument, we selected two sets of interactive features that can be employed, in general, newscasts, and how these features relate to the hypotheses of Scheduling and Spiral of Silence.

Keywords: Telejournalism; Scheduling; Interactivity; Digital TV.

Introdução

A TV digital no Brasil vem enfrentando os percalços comuns da implantação de qualquer nova tecnologia, ainda mais quando se trata de um novo veículo de comunicação de massa. A história da TV digital está repleta de similaridades com o início de vida da TV analógica. Em seu início, a “velha” TV também enfrentou os problemas de alto custo para desenvolvimento e demora na aceitação por parte do público consumidor, que não via necessidade de trocar o rádio por um veículo com imagem ruim e sem definição. Além disso, o alto preço dos aparelhos de TV (agora com os modelos em 4K³) e os problemas de cobertura do sinal também limitavam a adoção da nova tecnológica tanto naquela época como agora. Ou seja, por maiores que venham a ser os problemas para a transição total do sistema de transmissão analógico para o digital, a TV digital terrestre no Brasil vem se consolidando, e os problemas apontados hoje serão apenas história.

Entretanto, atualmente, há um diferencial importante que pode impor à TV digital caminhos que pesquisadores, técnicos e donos de emissoras não imaginaram que trilhariam: a internet e a velocidade em que a convergência digital está se consolidando a partir dela. Essa nova plataforma está mudando o hábito de uma parcela significativa dos espectadores em todo o mundo em relação ao consumo televisivo e, no Brasil, vem desafiando o modelo de negócios da televisão aberta, sua estrutura e seus formatos e gêneros de programas.

Cada vez mais, vêm sendo ofertadas à audiência variadas opções de distribuição de conteúdo. Seja pela internet, TV conectada, IPTV⁵, WebTV ou aplicativos para dispositivos móveis, atualmente, é possível consumir produtos audiovisuais que na era analógica apenas podiam ser distribuídos pela televisão. E mais, o público quer utilizar essas

³ 4K é um novo formato de compressão de imagens desenvolvido pela Sony e que aumenta a resolução dos aparelhos em quatro vezes em relação ao sistema *Full HD*.

⁴ O IPTV ou TVIP é o método de transmissão de sinais televisivos que, assim como o VOIP (Voz sobre IP), utiliza o protocolo IP Internet Protocol como meio de transporte do conteúdo.

novas plataformas para visualizar seus vídeos preferidos, via *on-demand*⁵, em qualquer hora e qualquer lugar e de forma interativa. Soma-se a essas possibilidades um hábito que vem se consolidando em todos os mercados: assistir à programação televisiva ao mesmo tempo em que se navega na internet. Com isso, o objetivo da TV digital de continuar como veículo aberto, gratuito e generalista é desafiado, pois fragmenta a audiência e compromete o valor cobrado pelas emissoras nos intervalos da programação.

Portanto, são de grande importância estudos que permitam compreender tais transformações e apontar caminhos para que a programação da televisão aberta brasileira continue relevante para a sociedade e que a transposição para o sistema digital não seja apenas uma cópia do antigo, tanto em seu modelo de negócios quanto em sua estrutura de programação.

Assim, o objetivo principal deste texto é discutir as possibilidades interativas no telejornalismo como forma de proporcionar a esse formato televisivo ferramentas para acompanhar as transformações tecnológicas no campo da produção e do compartilhamento de notícias, indo ao encontro dos novos hábitos da audiência no consumo de produtos audiovisuais, principalmente para uma geração já nascida no contexto da internet com muitas possibilidades de consumo de conteúdo audiovisual informativo, interativos e personalistas.

Uma das apostas dos gestores de jornalismo nas emissoras de TV é investir na interatividade. Contudo, ao introduzir essa ferramenta na rotina de produção e veiculação das notícias, o telejornalismo está possibilitando a inversão das duas importantes hipóteses que descrevem o telejornalismo analógico: a Hipótese do Agendamento e a Espiral do Silêncio. O presente texto resgata o conceito dessas duas hipóteses e as contrapõe com as possibilidades do telejornalismo atual como forma de alertar que a introdução da interatividade no telejornalismo não é apenas a utilização de uma nova ferramenta, mas também o desenvolvimento de uma nova relação com a audiência e um novo papel social para o telejornalismo.

Para chegar ao seu propósito fundamental, indicar as possibilidades interativas disponíveis hoje para os telejor-

⁵ Conteúdo audiovisual que é enviado diretamente para o usuário pelo provedor via internet ou via satélite.

nais e explicar se estas podem alterar as hipóteses do Agendamento e da Espiral do Silêncio, este estudo foi inicialmente bibliográfico, ao revisitar obras como Wolf (2001) e Traquina (2000), como forma de caracterizar o modelo praticado no telejornalismo atual e seu impacto na sociedade. A partir desse resgate, confrontamos essa prática com experiências interativas utilizadas por emissora de TV em seus telejornais já no âmbito da televisão digital. A partir desse levantamento, elencamos dois conjuntos de recursos interativos que podem ser empregados, de forma geral, nos telejornais e de que forma tais recursos se relacionam com as hipóteses do Agendamento e da Espiral do Silêncio.

***Agenda setting* e a Espiral do Silêncio**

A hipótese da *agenda setting*, de origem norte-americana, teve como precursores os pesquisadores Maxwell McCombs e Donald Shaw, em 1972, embora sua essência tenha sido indicada em 1922 por Walter Lippmann, em sua obra clássica *Public Opinion*. Dentro do contexto dos estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação na sociedade, surgiu, nos anos 1970, a investigação da hipótese da *agenda setting*. Essa linha de pesquisa levanta a “hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá” (BARROS FILHO, 2001, p. 169).

Em um estudo realizado em 1979, Shaw relata que a hipótese da *agenda setting*, em consequência da ação dos meios de informação, evidencia ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os profissionais de mídia incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída por esses profissionais aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (SHAW *apud* WOLF, 2001, p. 144). A mídia é apresentada como agente modificador da realidade social, apontando para o público receptor o que se deve informar. Na perspectiva dos autores, essa construção configura-se como um poder que os meios de comunicação exercem sobre a opinião pública. A procura do entendimento dos efeitos dos meios de comunicação na opinião pública produziu uma vasta literatura sobre *agenda setting*.

Maxwell McCombs e Donald Shaw, em seu artigo intitulado *The Agenda Setting Function of Mass Media*, apresentaram pela primeira vez essa linha teórica que tinha o propósito de investigar a capacidade de agendamento dos veículos na campanha presidencial de 1968 nos Estados Unidos. Os autores pretendiam averiguar também se as ideias que os votantes julgavam como temas mais relevantes eram moldadas pela cobertura jornalística dos meios de comunicação (WEAVER, 1996, p. 2). De acordo com McCombs e Shaw, o conceito mais sucinto, anterior ao primeiro estudo empírico da *agenda setting*, foi formulado por Cohen em 1963: “Embora a imprensa, na maior parte das vezes, possa não ser bem-sucedida ao indicar às pessoas como pensar, é espantosamente eficaz ao dizer aos seus leitores sobre o que pensar” (McCOMBS e SHAW, 1972 In: TRAQUINA, 2000, p. 49).

O próprio processo de agendamento pode ser descrito como interativo. A influência da agenda pública sobre a agenda da mídia é um processo gradual pelo qual, em longo prazo, se criam critérios de noticiabilidade, enquanto a influência da agenda da mídia sobre a pública é direta e imediata, principalmente quando envolve questões com as quais o público não tem uma experiência direta. Dessa maneira, propõe-se que a problemática do efeito do agendamento seja diferente dependendo da natureza da questão (EBRING et al. *apud* TRAQUINA, 2000, p. 33).

Já a Espiral do Silêncio, defendida por Noelle-Neumann (TRAQUINA, 2000), defende que, se uma opinião é entendida como pertencente a uma maioria, as demais pessoas tendem a aceitá-la como sua por medo de rejeição social e acabam por mudar sua opinião seguindo essa maioria. Críticas à parte, o ponto relevante na ideia da Espiral do Silêncio e na Hipótese do Agendamento é que essas duas linhas assumem que, em algum nível, há uma interação entre os indivíduos, e a relação entre eles promove a adesão ou não das mensagens divulgadas pelos veículos de comunicação.

Agora, com as possibilidades interativas nos telejornais que vão desde a participação popular na sugestão das pautas via redes sociais ou aplicativos para dispositivos móveis, enquetes para medir a repercussão das matérias noticiadas, informações complementares às noticiadas e outras mais, o telejornalismo passa a ser influenciado mais pela agenda do público do que propriamente agendar a população acerca dos acontecimentos de que deverão falar. A interatividade pode minimizar a influência da Espiral do Silêncio e seus efeitos na opinião pública, pois o tempo

necessário para que a espiral se desenvolva e atinja cada vez mais pessoas ou grupos é afetado pela contrainformação (caso haja) dos receptores, que passam a exercer o papel de emissores de informação.

Um fato noticiado por um telejornal qualquer dispara inúmeras reações, e a notícia inicial é discutida e repercutida de várias outras formas, impedindo, assim, o crescimento da espiral, o que pode gerar até mesmo uma inversão no agendamento, e o público passa a agendar o telejornal.

Essa situação foi concretizada em dois episódios recentes. Durante as manifestações populares em junho de 2013, o colunista Arnaldo Jabor (TV Globo) se viu obrigado a explicar uma de suas colunas exibida no Jornal da Globo dois dias antes. Outro exemplo foi a repercussão negativa da opinião de Rachel Sherazade, âncora do Jornal do SBT, quanto ao linchamento de um menor que fora amarrado em um poste por um grupo de pessoas. Assim como Jabor, após a repercussão nas redes sociais, a jornalista se viu obrigada a se explicar na bancada do telejornal.

Se anteriormente a mídia pautava a massa sobre os assuntos e o enfoque acerca dos fatos noticiosos, nesse novo processo de comunicação, as redes se converteram em uma forma de reorganização dessa informação e veiculação de uma contrainformação, e o processo do agendamento e da espiral se anula ou pode até se inverter, partindo não mais do jornalismo para a população, mas da população para o jornalismo. Como defende Castells (2009), é certo que nem todas as pessoas estão conectadas, e nem todas utilizarão as ferramentas virtuais e interativas, seja na internet ou na TV digital, mas de alguma forma são afetadas pelos processos desencadeados por ela.

Castells (2009), em seu mais recente livro, *Comunicación y poder*, analisa as novas relações que estão se configurando entre a mídia, o Estado e a opinião pública devido à comunicação em rede. O conceito de “massa” muda radicalmente nessa nova fase da comunicação humana. Ela deixa de ser um grupo formado por indivíduos interagindo dentro de regras morais estabelecidas pelos seus pares e passa a ser formada por vários grupos que agora deixam de ser apenas receptores de mensagem, mas também exercem a função de emissores de mensagem.

Chris Anderson (2006), em seu livro *A cauda longa*, afirma que a sociedade atual está passando de um mercado de massa para um mercado de nicho. Esses nichos se inter-relacionam de forma muito mais constante na rede que com a mídia tradicional. Castells (2009) chama essa nova forma de comunicação de autocomunicação de massas.

Essa nova configuração está explícita nas redes sociais que inundam a internet. E mesmo que muitos ainda estejam excluídos digitalmente, essas pessoas são atingidas pela contrainformação gerada por blogues, *sites*, redes sociais, etc. Dessa forma, a espiral do silêncio encontra barreiras para crescer e as pessoas não são impelidas a expressar a mesma opinião da maioria, pois encontram novos grupos dentro do conforto de suas casas, pela internet ou pela TV digital interativa, além do trabalho e lan houses espalhadas por todo o país.

Televisão digital e interatividade

A primeira transmissão da televisão digital no Brasil aconteceu no dia 2 de dezembro de 2007, na cidade de São Paulo. Passados seis anos do início das transmissões, dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), de maio de 2012, mostram que 46,80% (Quadro 1) da população têm acesso ao sinal digital de televisão⁶.

Quadro 1 – Cobertura da televisão digital no Brasil em números (2012)

Emissoras de TVD em operação	132
Municípios com TV digital em operação	52
Municípios cobertos pela TV digital	508
População coberta	89.258.540 46,80%
Domicílios atendidos	31.363.391 46,42%

Fonte: Anatel⁷

⁶ O sinal digital da televisão é mais presente nas capitais e regiões metropolitanas do país. À medida que avançamos para as cidades do interior, a cobertura diminui.

⁷ AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. Televisão digital. Anatel, mar. 2012. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=276896&assuntoPublicacao=Televisao%20Digital%20no%20Brasil%20em%20N%20FAMeros&caminhoRel=null&filtro=1&documentoPath=276896.pdf>>. Acesso em: 27 ago. 2013.

O desligamento do sinal analógico (*switch off*) vai começar em abril de 2016 e se estenderá até novembro de 2018, de acordo com informe⁸ do Ministério das Comunicações de junho de 2014. A transição da TV analógica para o sistema digital vai ocorrer de forma gradativa e deve começar pelas capitais do país. A primeira cidade a ter o sistema analógico desligado será Brasília, em abril de 2016. Até o fim desse mesmo ano, será a vez de São Paulo, Belo Horizonte, Goiânia e Rio de Janeiro. Em 2017, o cronograma vai incluir as capitais do Sul e do Nordeste e as cidades do interior de São Paulo e do Rio de Janeiro. Até 2018, o desligamento da TV analógica vai se concentrar nos grandes centros urbanos, onde vivem cerca de 60% da população brasileira. Nos demais municípios, o *switch off* só deve ocorrer a partir de novembro de 2018⁹.

O Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006, dispõe sobre a implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T) e estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão. Em seu artigo 6º, o documento determina que o SBTVD-T possibilitará: i) transmissão digital em alta definição (HDTV) e em definição padrão (SDTV); ii) transmissão digital simultânea para recepção fixa, móvel e portátil; e iii) interatividade¹⁰. A partir de então, a interatividade se tornou uma das grandes promessas da TV digital no Brasil, pois, com ela, surge uma nova forma de interação entre o telespectador e sua TV. De todas as potencialidades da TV digital, a interatividade, possibilitada pela existência de um *middleware*¹¹ chamado Ginga¹², é a de maior impacto nas relações entre a televisão e os telespectadores (PASCHOAL NETO, 2009).

⁸ TV Digital: Rio Verde receberá desligamento piloto em 2015. Portal Brasil, 24 jun. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2014/06/tv-digital-rio-verde-recebera-desligamento-piloto-em-2015>>. Acesso em: 28 jun. 2014.

⁹ Ibidem ref 5.

¹⁰ BRASIL. Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/decreto/d5820>. Acesso em: out. de 2010.

¹¹ Camada intermediária de *software* que vem integrado em alguns modelos de equipamentos de recepção de sinal de TV Digital.

¹² Interatividade (DTV). DVT, Site Oficial da TV Digital. Disponível em: <<http://www.dtv.org.br/informacoes-tecnicas/interatividade-dtvi/>>. Acesso em: 29 ago. 2013.

O termo interatividade “é uma palavra da moda”, como afirma Alex Primo¹³, usada nas mais diversas situações e para qualificar os mais diversos tipos de equipamentos, jogos, brinquedos. O fato é que não há um conceito único que defina tal termo. Mesmo na comunicação, a interatividade está longe de ser uma unanimidade, como afirma Teixeira (2009, p. 29): “as definições de ‘interatividade’, apesar de algumas predominâncias de sentido, parecem longe de ser um consenso na comunicação”. Para Becker e Montez (2004, p. 48), interatividade “é um processo ou ação que pode ser descrita como mútua e simultânea da parte de dois participantes, normalmente trabalhando em direção de um mesmo objetivo”. Marco Silva (1999, *apud* TEIXEIRA, 2009, p. 126) afirma que a interatividade “está na disposição ou predisposição para mais interação, para uma hiperinteração, para bidirecionalidade (fusão emissão-recepção), para participação e intervenção”.

No presente estudo, reconhecemos que a interatividade, inserida no contexto da televisão digital, trata-se de uma ferramenta tecnológica que possibilitará ao telespectador o uso de recursos adicionais diretamente por sua TV que pode permitir desde o acesso a informações extras, como a sinopse de um filme, até uma interferência mais direta em um programa, recursos esses que deverão ser elaborados gradualmente, de acordo com as possibilidades tecnológicas e políticas.

A noção de interatividade está diretamente ligada aos novos *media* digitais. O que compreendemos por interatividade nada mais é que uma forma de interação técnica, de cunho eletrônico-digital, diferente da interação analógica que caracterizou os *media* tradicionais (LEMONS, 2008, p. 112).

Ou seja, a interação existe na TV analógica há muitos anos. Temos diversos exemplos da participação do telespectador na programação televisiva, seja por meio de cartas, correio eletrônico, mensagens de texto via celular ou ligações telefônicas. Assim, antes, tínhamos uma interação analógica que utilizava outros meios para contar com a participação do telespectador; hoje, com a televisão digital, temos à disposição um recurso tecnológico que permite uma interação mais direta do telespectador.

¹³ Alex Primo entrevistado por Juremir Machado. You Tube, 30 ago. 2007. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=N382fTbebL-Q&list=PLFFA9C65EAF67D9D&index=1>>. Acesso em: jul. 2011.

Ginga

Ginga é o *middleware*¹⁴ de especificação aberta adotado pelo SBTVD para instalação em conversores (*set-top boxes*) e em televisores¹⁵. Esse nome foi escolhido “[...] em reconhecimento à cultura, arte e contínua luta por liberdade e igualdade do povo brasileiro”¹⁶. O Ginga é resultado do desenvolvimento de projetos de pesquisa coordenados pelos laboratórios Telemídia, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e do Laboratório de Aplicações de Vídeo Digital (LAViD), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

O Ginga tem duas funções principais: uma é tornar as aplicações independentes do sistema operacional da plataforma de *hardware* utilizado, e a outra é oferecer um melhor suporte ao desenvolvimento de aplicações. Por isso, o Ginga é responsável por dar suporte à interatividade¹⁷. Um *middleware* para aplicações na TV digital é constituído por máquinas de execução das linguagens oferecidas e bibliotecas de funções que permitem o desenvolvimento rápido de aplicações interativas, como o acesso à internet e a realização de operações bancárias.

De acordo com o *site* oficial da TV digital, o Ginga está dividido em três subsistemas principais interligados (Ginga-CC, Ginga-NCL e Ginga-J) que permitem o desenvolvimento de aplicações seguindo dois paradigmas de programação diferentes. O Ginga-CC (Ginga Common-Core) oferece o suporte básico para os ambientes declarativos (Ginga-NCL) e procedural¹⁸ (Ginga-J). O Ginga-NCL foi desenvolvido pela PUC-Rio com o objetivo de prover uma infraestrutura de apresentação para aplicações declarativas escritas na linguagem NCL (Nested Context Language),

¹⁴ Um *middleware* é uma camada de *software* intermediária posicionada entre o código das aplicações e a infraestrutura de execução (plataforma de *hardware* e sistema operacional).

¹⁵ Ginga. DTV, *Site Oficial da TV Digital*. Disponível em: <<http://www.dtv.org.br/informacoes-tecnicas/ginga/>>. Acesso em: 30 ago. 2013.

¹⁶ Sobre o Ginga. *Site Oficial do Middleware Ginga*. Disponível em: <<http://www.ginga.org.br/pt-br/sobre>>. Acesso em: 30 ago. 2013.

¹⁷ Interatividade (DTV). DTV, *Site Oficial da TV Digital*. Disponível em: <<http://www.dtv.org.br/informacoes-tecnicas/interatividade-dtvi/>>. Acesso em: 29 ago. 2013.

¹⁸ Linguagem declarativa: enfatiza a declaração descritiva de um problema em vez de sua decomposição em implementações algorítmicas. Com essa linguagem, os usuários não precisam especificar o caminho de acesso, isto é, como os dados serão obtidos. Linguagem procedural: é necessário informar ao computador cada passo a ser executado. Essa linguagem especifica como os dados devem ser obtidos do banco.

que é uma aplicação XML¹⁹. Já o Ginga-J foi desenvolvido pela UFPB para prover uma infraestrutura de execução de aplicações baseadas na linguagem Java²⁰ com facilidades especificamente voltadas para o ambiente de TV digital²¹.

Os equipamentos com Ginga tornam possível o recebimento de aplicativos interativos enviados pelas emissoras de TV junto ao sinal digital²². As TVs que dispõem desse recurso no mercado são identificadas pelo selo DTVi, que garante a compatibilidade com as normas técnicas aprovadas. Devido à baixa produção de aparelhos de TV que traziam o Ginga, uma portaria interministerial publicada em 24 de fevereiro de 2012 fixou um cronograma para a produção de TVs interativas: a partir de 1º de janeiro de 2013, 75% dos televisores deveriam vir com o Ginga de fábrica; e a partir de 1º de janeiro de 2014, esse percentual subiu para 90% dos aparelhos. Essa portaria também definiu que modelos de TV do tipo conectada (com acesso à internet) deverão vir obrigatoriamente com o Ginga. A razão para essa medida, no entendimento do governo, é de que não há necessidade de as empresas adicionarem nenhum componente ao televisor²³.

Em dezembro de 2012, o Ministério das Comunicações (MiniCom) lançou o Programa de Estímulo ao Desenvolvimento do Padrão Nacional de Interatividade da Televisão Digital Brasileira – Programa Ginga Brasil, com a parceria da Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP) e apoio da PUC-Rio e da UFPB. O MiniCom estabeleceu como principais objetivos do Ginga Brasil²⁴:

¹⁹ XML, do inglês eXtensible Markup Language, é um formato para a criação de documentos com dados organizados de forma hierárquica, como em documentos de texto formatados, imagens vetoriais ou bancos de dados.

²⁰ Java é uma linguagem de programação e uma plataforma de computação. Há muitos aplicativos e sites que funcionam somente com o Java instalado, e muitos outros aplicativos e sites são desenvolvidos e disponibilizados com o suporte dessa tecnologia.

²¹ O que é o Ginga. IG, 09 abr. 2012. Disponível em: <<http://tecnologia.ig.com.br/especial/o-que-e-o-ginga/n1597734545853.html>>. Acesso em: 30 ago. 2013.

²² Ibidem ref. 19.

²³ Fabricação de TVs com *software* de interatividade Ginga será obrigatória em 2013. Portal Brasil, 24 fev. 2012. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2012/02/24/portaria-define-producao-de-tvs-com-interatividade-na-zona-franca-de-manaus>>. Acesso em: 30 ago. 2013.

²⁴ BRASIL. Ministério das Comunicações. Programa Ginga Brasil. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/acoes-e-programas/conteudos-digitais-criativos/programa-ginga-brasil>>. Acesso em: 30 ago. 2013.

- Fomentar a criação e a difusão de conteúdos e aplicações interativas transmitidas por emissoras de televisão digital, com ênfase na produção independente;
- Promover a capacitação de profissionais e estudantes das áreas do audiovisual, *design*, tecnologia da informação, engenharia, dentre outras correlatas;
- Disponibilizar aos cidadãos brasileiros conteúdos e aplicações que proporcionem experiências de interatividade em atendimento às finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas da televisão digital brasileira;
- Implementar e manter repositórios digitais públicos, destinados a abrigar a produção de aplicativos do Ginga.

Uma das recentes ações do Ginga Brasil é o Ginga Br.Labs, projeto que selecionou dez emissoras públicas para receberem laboratórios de testes de conteúdos e aplicações interativas de TV digital. No total, 40 técnicos, produtores ou diretores das entidades selecionadas serão capacitados no uso e desenvolvimento de aplicações e conteúdos interativos baseados no Ginga²⁵.

Telejornalismo e interatividade

Com a efetiva implantação da televisão digital e suas novas ferramentas, o telejornalismo também deverá passar por transformações e precisará se adequar à nova realidade do digital, o que poderá modificar seu modo de informar. Como afirma Crocomo (2007, p. 52), “o telejornalismo, tal qual o conhecemos na atualidade, deverá obrigatoriamente incorporar os novos recursos”.

²⁵ Emissoras são selecionadas para participar de projeto para TV Digital. Portal Brasil, 16 jul. 2013. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2013/07/16/emissoras-sao-selecionadas-para-participar-de-projeto-para-tv-digital>>. Acesso em: 30 ago. 2013.

Com a transmissão do sinal digital e a utilização dos recursos interativos, existe a possibilidade de se produzir um telejornalismo mais voltado para a comunidade em que ele está inserido ou um telejornalismo em rede mais próximo à realidade de cada região. Lopez e Gobbi (2009) afirmam que o telespectador poderá escolher as informações que deseja receber e em quais conteúdos ele vai querer se aprofundar, além de poder acessar a contextualização de um fato. Apesar de a tecnologia oferecer tal recurso, sua implantação depende de recursos financeiros e modelos de negócios que viabilizem sua continuidade. Vale lembrar que a televisão aberta é um modelo de TV gratuito e generalista, que visa à audiência em números quantitativos, a partir dos quais estabelece o valor dos intervalos comerciais.

Em contexto amplo, os recursos interativos vão possibilitar novas abordagens para a produção da notícia e novas exigências também serão feitas aos profissionais do jornalismo que trabalham com televisão. Esses profissionais deverão estar preparados para produzir conteúdos diferenciados e para lidar com as novidades tecnológicas, ou seja, repensar sua forma de trabalhar o telejornalismo, pois, como destaca Leite,

[...] o futuro do jornalismo na era das novas tecnologias, neste caso em especial na TV digital, se baseará no domínio das ferramentas tecnológicas em conjunto com a capacidade de elaboração de um pensamento crítico de consistência, que fará a diferença entre os jornalistas e as pessoas comuns que estão distribuindo informação (2009, p. 52).

A televisão digital abre a possibilidade de o telejornalismo se tornar mais participativo com o envio de vídeos por parte dos telespectadores para as emissoras, pois os jornalistas, na maior parte das vezes, não estão onde as notícias acontecem e hoje saem cada vez menos das redações em busca de acontecimentos. Assim, com um canal de retorno disponível ou dispositivos via internet, os telespectadores poderão enviar vídeos com acontecimentos potenciais para se tornarem notícia. Nesse contexto de desenvolvimento tecnológico, está-se abrindo espaço para que as pessoas contribuam com sua cultura, e expandir a oportunidade para participação significa uma ampliação da diversidade cultural, como afirma Jenkins (2009, p. 189): “o momento atual de transformação midiática está reafirmando o direito que as pessoas comuns têm de contribuir ativamente com sua cultura”.

Entretanto, todas essas possibilidades só poderão ser usufruídas nas localidades em que o sinal terrestre da televisão digital²⁶ chegar, o que, como vimos, ainda não ocorre em todo o território nacional. E mesmo quando o sinal estiver amplamente disponível, certamente, levará tempo até que todos possam usufruir dessa nova tecnologia.

Experiências interativas

A interatividade pela televisão digital ainda não foi largamente incorporada pelas principais emissoras de televisão do país. Certamente, isso ocorre pela indefinição de um modelo de negócio que torne a interatividade lucrativa ou apenas sustentável para as emissoras de TV. Os programas de entretenimento parecem ser a principal aposta das emissoras na produção de aplicações interativas para TV digital. Podemos citar como exemplo o aplicativo (app) do *Encontro com Fátima Bernardes*, programa produzido pela Rede Globo, exibido desde 25 de junho de 2012, com a apresentação de Fátima Bernardes. O app tem um menu do lado esquerdo da tela com quatro itens: “Fátima Bernardes”, “O Programa”, “Bastidores” e “Participe”. Ao selecionar qualquer um deles, o conteúdo aparece do lado direito da tela. A programação continua em fluxo no centro da tela – mas o app de certa forma “atrapalha” a fruição do conteúdo de forma integral, pois a arte do aplicativo “invade” o meio da tela.

Aplicações interativas para novelas parecem ser também uma das principais apostas das emissoras de TV. A própria Rede Globo disponibilizou aplicações interativas em novelas como *Insensato Coração* e *Caminho das Índias*. A Rede Record também tem feito experiências interativas pela TV em sua programação. Em 2012 a emissora lançou uma aplicação interativa para a novela *Rebelde*. Ao acessar o ícone da interatividade, um menu com sete itens surgia na parte superior do vídeo: “História”, “A Galera”, “Capítulos”, “Fotos”, “Participe”, “Letras” e “Ajuda”. Ao clicar em algum desses itens, um quadro com o conteúdo correspondente se abria à direita.

²⁶ O sinal digital da televisão já existe no Brasil via satélite, via cabo e via internet, entretanto essa transmissão digital é paga e não cobre todas as localidades brasileiras.

As aplicações interativas para os telejornais são um pouco menos expressivas que aquelas voltadas para o entretenimento. Nesse sentido, a Globo News²⁷ foi pioneira, já que desde 2002 disponibiliza para o telespectador, durante toda a programação, um menu com seis “editorias” que se abre à esquerda tela enquanto, à direita, o fluxo do telejornal é mantido. Mas o assinante tem que possuir um equipamento SKY HDTV²⁸ e a assinatura de um plano de canais de acesso. Quando o telespectador clica, pelo controle remoto, em uma dessas editorias, tem acesso às últimas manchetes relacionadas a cada temática; com um segundo clique, ele pode ler um breve resumo daquela notícia. Ao acessar esse menu, além de poder gravar o telejornal no aparelho HD, outra possibilidade que o telespectador tem é a de pausar o telejornal, mesmo ao vivo, e depois continuar do ponto onde parou, chegando ao fluxo ao vivo, se assim desejar.

Já o SBT, em 2011, lançou o seu Portal Interativo de TV Digital. A plataforma permite ao telespectador assistir à programação da emissora enquanto acessa, pelo controle remoto, o conteúdo do portal, como notícias em tempo real, destaques da programação, previsão do tempo, sem precisar obrigatoriamente ter sua televisão conectada à internet. De acordo com Roberto Franco, diretor de rede e assuntos regulatórios da emissora, o portal pode carregar informações de meteorologia da cidade em que a pessoa está e das capitais brasileiras, as últimas notícias, informações relevantes do dia, destaques dos programas do SBT, guia de programação com a descrição dos programas e estreias, bastidores da TV, promoções, visualização dos produtos da SBT Store, Quiz e acesso ao Twitter dos programas do SBT²⁹. Caso o telespectador disponha de um televisor conectado à internet, poderá ainda participar da programação enviando votos, opiniões e comentários.

Uma experiência relevante da utilização de recursos interativos no telejornalismo pela televisão digital foi realizada pela TV Integração. O *MGTV* é um telejornal exibido pela TV Globo Minas e por suas afiliadas no estado de

²⁷ Canal fechado de notícias 24 horas por dia das Organizações Globo criado em 15 de outubro de 1996.

²⁸ A Sky é uma empresa de televisão por assinatura via satélite do Brasil.

²⁹ SBT promove lançamento de seu Portal Interativo de TV Digital. SBT, 13 dez. 2011. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/noticias/default.asp?c=8901&t=SBT+promove+lan%EA7amento+de+seu+Portal+Interativo+de+TV+Digital#.U66960CNyVM>>. Acesso em: 27 mar. 2012.

Minas Gerais. Em agosto de 2010, a TV Integração anunciou que o *MGTV* era “o primeiro [telejornal] a aplicar a interatividade”³⁰. Com o app interativo, telespectadores da área de cobertura das cidades de Uberlândia, Uberaba e Ituiutaba passaram a receber informações como: vagas de empregos, enquetes, notícias curtas, previsão do tempo e a possibilidade da atualização do noticiário em formato de texto. O aplicativo disponibiliza um menu à esquerda da tela com sete elementos: “Empregos”, “Destaques”, “Notícias”, “Previsão”, “Enquetes”, “Você no MGTv” e “Sair”. Ao clicar nos elementos do menu, o conteúdo se abre em toda a parte inferior da tela.

Mais recentemente, em fevereiro de 2014, a Televisão Universitária Unesp (TVU), emissora pública localizada no município de Bauru-SP, lançou um aplicativo interativo para o seu telejornal, *Unesp Notícias* (UN). O app é resultado de uma pesquisa desenvolvida por profissionais dos departamentos de Arte e de Tecnologia da Informação da TVU e pela mestrandia em Comunicação da Unesp, Selma Miranda dos Prazeres. O app programado em Ginga disponibiliza um menu do lado esquerdo da tela com as principais notícias do jornal e ainda uma enquete, realizada semanalmente e que pode ser respondida pelos telespectadores com televisores conectados à internet. Já no canto direito inferior da tela, aparecem duas caixas de texto, uma com a previsão do tempo e outra que convida os telespectadores a interagirem pelo *site* e redes sociais da TVU por outros dispositivos com internet. No canto superior direito, a programação continua em fluxo, e os conteúdos interativos não “invadem” esse espaço.

Potencialidades para os telejornais

As experiências interativas apresentadas acima apontam nossas possibilidades informativas para os telejornais e como elas podem ampliar as formas de participação dos telespectadores. A partir dos exemplos já citados, reunimos alguns recursos interativos que podem ser empregados em um telejornal e acessados diretamente pela televisão

³⁰ TV Integração é a primeira emissora do país a disponibilizar interatividade na programação local. DTV, *Site Oficial da TV digital Brasileira*, 31 agos. 2010. Disponível em: <<http://www.dtv.org.br/fonte-assessoria-de-impressao-da-emissora-tv-integracao-e-a-primeira-emissora-do-pais-a-disponibilizar-interatividade-na-programacao-local/>>. Acesso em: 03 fev. 2012.

digital sem precisar recorrer a outra mídia³¹. São os recursos interativos simples ou reativos e os recursos interativos complexos ou mútuos. Adotamos os termos “reativo” e “mútuo” tendo como embasamento teórico a definição dos tipos de interação de Alex Primo (2008). Ele defende que a interação mútua se caracteriza como um sistema aberto, de trocas constantes e voltado para evolução e desenvolvimento; e a interação reativa é vista como um sistema fechado, com relações lineares, pois a mensagem é emitida por um interagente proativo e recebida pelo interagente reativo, que pode reagir apenas por *feedback*.

Recursos interativos simples ou reativos são aqueles que trazem informações adicionais junto com a transmissão do sinal audiovisual da televisão e que não necessitam de um canal de retorno. São, geralmente, informações textuais, mas podem trazer também fotos, gráficos, infográficos. Apresentamos como exemplos desse tipo de recurso:

- Receber a contextualização de uma notícia durante sua exibição – para notícias relacionados a acontecimentos anteriores relevantes, uma pequena contextualização textual poderia ser acessada por meio do controle remoto;
- Acessar informações de serviço – durante todo o telejornal, seria possível acessar informações como telefones, correio eletrônico, *sites* mostrados nas matérias, ofertas de trabalho, agenda cultural etc.;
- Acessar a previsão do tempo – previsão da cidade em que o telespectador está;
- Acessar informações sobre as fontes, como, durante uma entrevista, onde seria possível acessar uma breve biografia do entrevistado e o tema da entrevista;
- Acessar as principais notícias do dia – seria como uma escalada³² em texto, onde seria possível o acesso às principais notícias do dia e a um breve resumo de cada uma delas;

³¹ Os dispositivos móveis que permitem o acesso à internet vêm conquistando um espaço significativo entre os brasileiros e sua utilização vem se expandindo no país. Certamente, por isso, as emissoras de TV têm começado a investir no desenvolvimento de aplicativos interativos para essas mídias, que podem ser usadas pelos telespectadores como segunda tela, simultânea à fruição da TV. Os aplicativos de segunda tela são uma alternativa à interatividade diretamente pela televisão digital.

³² Termo técnico típico do telejornalismo. É quando o apresentador anuncia de forma vigorosa as principais notícias daquela edição do telejornal.

- Disponibilizar o endereço de acesso às redes sociais do telejornal e correio eletrônico para que o telespectador pudesse enviar (por meio de outra mídia com acesso à internet) conteúdos como sugestão de pauta, vídeos e fotos.

Já os recursos interativos complexos ou mútuos são aqueles que dependem de um canal de retorno ou necessitam de um aparato tecnológico mais complexo para se tornarem efetivos. Temos como exemplo:

- Diálogo com a emissora por meio das redes sociais, correio eletrônico e *chats*, diretamente pela TV;
- Participação direta do telespectador no telejornal por meio de uma *webcam* para opinar sobre determinado assunto, por exemplo;
- Envio de conteúdos como sugestão de pauta, vídeos ou fotos, seja pelas redes sociais, correio eletrônico ou *chats*;
- Respostas a enquetes;
- Acesso a links relacionados às matérias para obter mais informações;
- Sugestão de pautas.

Complexidades da produção interativa

Todos os recursos interativos acima listados constituem potencialidades interativas que, para serem efetivadas, dependem de uma série de fatores. Assim, para a implantação desses recursos, é necessário um profissional que esteja familiarizado com os usos e limitações do *middleware* Ginga. Além disso, a elaboração de recursos interativos exige a atuação de diferentes profissionais nas diversas etapas que envolvem esse processo: profissionais de *design* ou arte, de programação e o jornalista, que deve acompanhar todas as etapas do processo, pois é o profissional que pensará no conteúdo a ser inserido no aplicativo.

Outro fator a ser considerado é o potencial informativo e a utilidade de se criarem recursos interativos para um telejornal. Esses recursos devem ter um porquê, uma finalidade dentro do telejornal, e não devem ser utilizados por se tratar de um modismo ou simplesmente para que o telejornal se intitule interativo. Os recursos interativos devem ser criados para aumentar o potencial informativo do telejornal, pois, como afirmam Lopez e Gobbi (2009), “com a nova tecnologia digital, é possível aumentar a quantidade de informação oferecida ao telespectador [...]”. Com a televisão digital interativa, será possível produzir um telejornal menos superficial, mais democrático e que dialogue diretamente com seu público³³.

Considerações finais

Este é um momento especial na comunicação. As tecnologias de informação estão proporcionando um nível de comunicação inédito na história humana. Contudo, é um momento de transição, em que novas técnicas, linguagens, ferramentas e novos formatos devem ser testados e aplicados. O telejornalismo tem um papel importante nessa conjuntura, pois, além de cumprir seu papel noticioso, pode contribuir ainda mais para a construção de uma sociedade mais participativa e justa.

É certo que nos momentos de transição diversas previsões são apontadas, algumas catastróficas, outras otimistas. O relevante aqui é chamar a atenção para que comunicólogos possam olhar para o início de vida dessa nova mídia, a TV digital interativa, lembrando-se de McLuhan (1996), ou seja, tentando não cair no erro de tentar realizar as novas tarefas com as ferramentas do passado. Por fim, é provável que a interatividade encontre, pelo menos nesse início, a dificuldade técnica e de aceitação por grande parte da população que não tem uma vivência cotidiana com a tecnologia. Com esse cenário, a política de implantação da TV digital no Brasil pode encontrar obstáculos importantes para sua consolidação.

Não estamos afirmando que todos serão produtores de conteúdo e que todos os telespectadores enviarão vídeos. Com o digital, abre-se essa possibilidade para aqueles que assim desejarem.

Assim, muitas perguntas ainda não têm respostas. A TV digital deveria se consolidar como uma mídia de espetáculo, em que a alta definição da imagem e a qualidade do som e o tamanho das telas fariam a diferença? O sistema analógico deve mesmo ser retirado em todo o país? As emissoras locais terão condições de oferecer produtos em alta definição ou interativos?

Que a tecnologia digital para a TV veio para ficar é certo e, aliás, era preciso. Mas a velocidade com que essa convergência está se realizando coloca o modelo tradicional de TV em xeque. Como as questões políticas, em geral, sempre estão um passo atrás do desenvolvimento tecnológico, o futuro da TV digital, sua estrutura e seu formato, seus gêneros e programas poderão ser em breve desafiados, e a relevância e penetração que o telejornalismo tem atualmente poderão vir a enfrentar questões similares que o jornalismo impresso enfrenta hoje.

Referências

- ANDERSON, Chris. A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Orgs.). Mídias Digitais. São Paulo: Paulinas, 2005.
- BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette. Apontamentos para implantação da TV pública digital no Brasil. In: SQUIRRA, Sebastião. FECHINE, Yvana (Orgs.). Televisão digital: desafios para a comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 68-83.
- BARROS FILHO, Clóvis de. Ética na Comunicação: da informação ao receptor. São Paulo: Moderna, 2001.
- BECKER, Valcedir e MONTEZ, Carlos. TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil. Florianópolis: I2TV, 2004.
- CASTELLS, Manuel. Comunicación y poder. Traducción María Hernández. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

CROCOMO, Fernando Antonio. TV digital e produção interativa: a comunidade manda notícias. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2007.

JENKINS, Henry. A cultura da convergência. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

LEITE, Jailma Simone Gonçalves. Jornalismo interativo na TV digital. Revista Eletrônica Temática, n. 05, p. 1-53, maio de 2009.

LEMOS, André. Ciberultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LOPEZ, Rene; GOBBI, Maria Cristina. Telejornalismo e TV Digital: usos para interatividade. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2141-1.pdf>. >.

Acesso em: jan. 2011.

McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. A evolução da pesquisa sobre o agendamento: vinte e cinco anos no mercado de ideias, 1993 In: TRAQUINA, Nelson. O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. A função do agendamento dos media. In: TRAQUINA, Nelson. O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensão do homem. São Paulo: Cultrix, 1996.

PASCHOAL NETO, José Dias. As TVs universitárias como espaços de experimentação da interatividade na TV digital. In: NUNES, Pedro (Org.) Mídias digitais e interatividade. João Pessoa: Ed Universitária da UFPB, 2009.

TEIXEIRA, Lauro. Televisão digital: interação e usabilidade. Goiânia: UCG, 2009.

TOURINHO, Carlos. Inovação no telejornalismo: o que você vai ver a seguir. Vitória: EspaçoLivros, 2009.

WEAVER, David H.; McCOMBS, Maxwell E.; SPELLMAN, Charles. Watergate e os media: análise de um caso de agendamento. In: TRAQUINA, Nelson. O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. 6. ed. Lisboa: Presença, 2001.

Artigo recebido em 31.01.2013. Revisado em 16.05.2013. Aceito em 30.05.2013.