

Universidade Federal de Juiz de Fora
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Mestrado em Comunicação

Diony Clebison da Silva

Convergência e narrativa no telejornalismo: novos modos de fazer na transição para
o digital

Dissertação apresentada como
requisito para obtenção de título de
Mestre em Comunicação no
Programa de Pós Graduação em
Comunicação da Universidade
Federal de Juiz de Fora Orientadora:
Prof.^a. Dr.^a. Iluska Maria da Silva
Coutinho

Juiz de Fora
Março de 2016

Diony Clebison da Silva

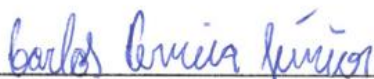
**Convergência e narrativa no telejornalismo: novos modos de fazer na transição
para o digital**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção de título de Mestre em Comunicação no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF

Dissertação aprovada em 31 de março de 2016 pela banca composta pelos seguintes membros:



Prof.^a Dr.^a Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF) (orientador)



Prof^o Dr. Carlos Pernisa Junior (UFJF) (Convidado)



Prof^o Dr.^o Flávio Antônio Camargo Porcello (UFRGS) (Convidado)

Juiz de Fora
Março de 2016

Convergência e narrativa no telejornalismo: novos modos de fazer na transição para o digital

RESUMO

A proposta deste estudo é compreender como eventuais alterações na rotina produtiva influem na construção da narrativa do telejornal regional e na relação deste com os telespectadores em um cenário de convergência das mídias e a digitalização da TV, tomando como objeto empírico o programa ESTV2ª Edição, veiculado na TV Gazeta-ES. Este trabalho considera relevante a interação entre a internet e os meios de comunicação tradicionais, especificamente a televisão, e tenta realizar uma cartografia de possíveis mudanças que ocorrem nas rotinas produtivas dos telejornais, sobretudo de âmbito regional, em virtude da potencial maior participação popular. Esses diálogos entre emissora e público, como co-produtor, ocorreriam via rede mundial de computadores e/ou dispositivos móveis. A rotina produtiva do telejornal também será analisada sob a ótica da TV Digital, que além de oferecer qualidade na transmissão de imagens, pode agregar à experiência de assistir televisão inúmeras possibilidades de interatividade.

Palavras-chave: Interatividade, TV Digital, telejornalismo, digitalização, interação

Convergence and narrative in telejournalism: New ways to make transition to digital

ABSTRACT

The purpose of this study is to understand how any changes in the productive routine influence the construction of the regional television news story and in relation with the audience in a scenario of convergence of media and the TV digitalization, taking as empirical object the ESTV2^a Edition program, broadcast TV Gazeta-ES. This work considers relevant interaction between the Internet and traditional media, especially television, and attempts to perform a mapping of possible changes that occur in the productive routines of news programs, especially at regional level, given the potential greater popular participation. These dialogues between broadcaster and audience, as co-producer, occur via the world wide web and / or mobile devices. The production of television news routine will also be examined from the perspective of Digital TV, which besides offering quality in the transmission of images, can add to the experience of watching television numerous interactive possibilities.

Keywords: Interactivity, Digital TV, television journalism, digitalization, interaction

SUMÁRIO

1. Introdução.....	1
1.1. “A nova era da televisão brasileira” – Um breve histórico da TV no Brasil.....	3
1.2. Televisão digital no Brasil: Promessas e Possibilidades	9
1.3. A interatividade na Televisão digital no Brasil	17
2. Interatividade na TV Digital	20
2.1. Conceitos de Interação e Interatividade.....	20
2.2. Interatividade na TV digital.....	27
2.3. Tecnologia e serviços interativos	31
2.4. Convergências das mídias e a interatividade na TV Digital.....	35
2.4.1. Segunda tela.....	41
2.4.2. Experiências de interatividade na TV brasileira	44
2.4.3. Do analógico ao digital: experiências de interatividade na TV brasileira	45
3. Potencialidades da TV Digital: As possibilidades para o telejornalismo brasileiro	54
3.1. – Telejornalismo brasileiro nos trilhos da digitalização	54
3.2. O telejornalismo e as (novas) rotinas produtivas.....	59
4. ESTV 2ª Edição: Processos de produção em ritmo de convergência e digitalização	74
4.1. Critérios de noticiabilidade: mudanças em tempos de digitalização?	86
4.1.1. Linha editorial do telejornal como valor-notícia	87
4.1.2. – Critérios para tratar jornalisticamente a produção do público	89
5. ESTV e o espaço para participação do público.....	91
6. Conclusão	98

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Contagem regressiva para o desligamento do sinal de TV Analógica em Rio Verde, Goiás. (atualizado em: 16/01/2016).....	14
Figura 2 - Etapas da recepção (Fonte: Montez e Becker, 2005)	32
Figura 3 - Conteúdos para segunda tela/ Fonte: Estadão	43
Figura 4 - Repórter Murilo Zara em reportagem com produtor rural no interior de São Paulo (Fotografia: Reprodução TV Globo).....	46
Figura 5 - Blog JN no Ar.....	47
Figura 6 - TV Globo/ globo.com.....	48
Figura 7 - Aplicativo disponível (Foto: Infoesporte/TV Globo).....	49
Figura 8 - Aplicativo “App Band”/ band.com.....	50
Figura 9 - Novela Ti-ti-ti / TV Globo.....	51
Figura 10 - Portal Interativo SBT.....	52
Figura 11 - TV Fronteira, Presidente Prudente / ‘mochilink’.....	68
Figura 12 - Divulgação ‘VC no MGTV’	70
Figura 13 - Reprodução da tela do sistema de edição de imagens da Rede Gazeta/ FineCut	90
Figura 14 - TV Gazeta/ Afiliada TV Globo no Espírito Santo.....	92
Figura 15 - TV Gazeta/ Afiliada TV Globo – ES/ Fotos enviadas pelo telespectador. 92	
Figura 16 - TV Gazeta/ Afiliada TV Globo – ES/ Flagrante pedestre atravessando em meio aos carros.	94
Figura 17 - TV Gazeta/ Afiliada TV Globo – ES/ Morador que enviou as fotografias concedendo entrevista.....	94
Figura 18 - TV Gazeta/ Afiliada TV Globo – ES/ passarela que foi feita pela concessionária na mesma região.....	95
Figura 19 - TV Gazeta/ Afiliada TV Globo – ES/ Moradora concedendo entrevista sobre as dificuldades em atravessar no trecho.....	95
Figura 20 - TV Gazeta/ Afiliada Globo Espírito Santo.....	96

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Pesquisa de Mercado TV Digital (Fonte: Anatel, 2009).	12
Tabela 2- Pesquisa de Mercado TV Digital (Fonte: Anatel, 2009).	13
Tabela 3- Fonte: Ministério das Comunicações	15
Tabela 4- Cobertura de sinal de TV Digital no Brasil, em 2012 (Fonte: Anatel).....	16
Tabela 5- *Telejornais que serão objeto de análise empírica na segunda parte desta investigação. Em negrito os principais telejornais das emissoras, exibidos em horário nobre. (Fonte: Tourinho, 2015)	56

1. Introdução

A televisão se firmou ao longo de sua existência como um dos principais meios de comunicação do país, tendo entre suas finalidades informar e proporcionar entretenimento ao público. Produto da televisão, os telejornais desempenham papel crucial na sociedade, pois são “a principal fonte de informação da sociedade brasileira: mais barata, mais cômoda e de fácil acesso”. (PORCELLO in VIZEU, 2006, p. 13).

Com o passar dos anos, a televisão e, conseqüentemente, o telejornalismo, passaram por diversas mudanças nas linguagens, formatos e narrativas, por exemplo. Estas variações se devem em parte também ao surgimento de novos meios de comunicação que são capazes de interferir no meio já existente como aconteceu, por exemplo, com o teatro, após o surgimento do cinema ou com o rádio, com a chegada da televisão.

Outra grande transformação foi o início das transmissões no Brasil da TV Digital, iniciada em 02 de dezembro de 2007. A chegada dessa tecnologia ainda provoca uma série de questionamentos. Além de transmitir em alta definição, com mais qualidade de áudio e vídeo, a TV digital também promete mobilidade (podendo ser assistida pelo celular ou tablet, por exemplo) e interatividade com o usuário. Neste caso o telespectador deixaria de ser visto (ainda por alguns) como um interlocutor apenas passivo quanto ao recebimento da mensagem e poderia interagir com a programação que é exibida pelas emissoras.

Se antes a interação do público era limitada ao encaminhamento de correspondências e telefonemas às redações dos telejornais, com a ascensão das novas mídias, as maneiras de participação dos telespectadores no processo produtivo das emissoras de televisão ganharam outras dimensões. Atualmente, é possível que o cidadão envie e-mails, gravações de imagens em vídeo, foto e texto às redações pela internet, ou até mesmo por meio de aplicativos em dispositivos móveis.

A substituição de aparelhos analógicos por digitais provocou mudanças nos telejornais no ambiente da convergência com a distribuição multiplataforma dos conteúdos e novas práticas produtivas. Segundo Cirne (2008) a digitalização proporcionou o surgimento de um “novo cenário na Comunicação e adotou também inovações no comportamento da audiência, a qual, adquirindo a experiência da

interatividade nos novos sistemas, como a internet, passou a exigir mais e cultivar a necessidade de ser mais autônoma e participativa.” (CIRNE, 2010, p.4)

A partir desta perspectiva, o presente trabalho pretende discutir a interatividade na televisão e no telejornalismo em especial. Para isso recorre à pesquisa bibliográfica, em diálogo com contribuições teóricas que abordam a temática.

A rotina produtiva do telejornal também será analisada sob a ótica da TV Digital, que além de oferecer qualidade na transmissão de imagens, pode agregar à experiência de assistir televisão inúmeras possibilidades de interatividade. Para isso, foi tomado como objeto empírico o programa ESTV 2ª edição, exibido pela TV Gazeta, afiliada da Rede Globo, no Espírito Santo. O objeto empírico teve sua rotina de produção acompanhada e descrita por meio de pesquisa de campo, associando a observação participante e entrevistas. Também realizou-se a análise do produto midiático, compreendendo as maneiras de inserção da participação do público na narrativa dos telejornais e, conseqüentemente, na rotina dos jornalistas, a partir de uma reportagem veiculada no telejornal noturno da TV Gazeta.

1.1. “A nova era da televisão brasileira” – Um breve histórico da TV no Brasil

A TV, assim como outros meios de comunicação, está inserida em um cenário de constante mudança e adaptação às novas necessidades da sociedade. Desde o surgimento do primeiro canal, em 1936, a televisão vem passando por inúmeras transformações. Além da cor, que chegou em 1953, quando os Estados Unidos desenvolveram uma tecnologia utilizando o padrão chamado de National Television System Committee (NTSC), a televisão ganhou o mundo e uma diversidade de canais surgiu ao longo dos anos.

No Brasil, porém, a primeira emissora de televisão foi inaugurada em 1950, quando Assis Chateaubriand colocou a TV Tupi no ar. Para isso foram importados cerca de duzentos aparelhos de televisão para que os programas pudessem ser assistidos. No início, as transmissões aconteciam ao vivo e, até 1972, em preto e branco. (Mattos, 2002).

Implementada em uma época em que o rádio era o meio de comunicação mais popular do país, a TV absorveu, inicialmente, a mesma estrutura, programação e até mesmo os artistas do rádio. Para Tourinho (2015), nos “primeiros tempos” “a televisão foi a TV do preto e branco, sem telecomando (controle remoto), cujo objetivo é distrair as famílias reunidas à volta do aparelho, de forma semelhante ao uso do rádio” (TOURINHO, 2015, p. 56)

O aparelho de TV permaneceu com o custo elevado no país durante a primeira década após a implantação e popularizou-se efetivamente nos anos de 1960. Ao final da década de 50 já estavam em funcionamento 10 emissoras de televisão. Em 1962, foi promulgado por meio da Lei No. 4.117/62, o Código Brasileiro de Telecomunicações, constituindo-se num grande avanço para o setor, pois, além de amenizar as sanções, dava maiores garantias às concessionárias (MATTOS, 2002).

Devido a elevação no número de canais, o controle remoto tornou-se indispensável, possibilitando aos telespectadores mais conforto ao assistir a programação. “Era o primeiro componente digital integrado aos aparelhos receptores do sinal televisivo” (MONTEZ, p. 22, 2005).

Segundo Mattos (2002), entre 1950 e 1964 a televisão viveu sua primeira fase. Considerada “elitista”, esse momento da TV é caracterizado, especialmente, por dois fatos: a criação do oligopólio dos Diários Associados e todos os programas veiculados

serem produzidos, até 1959, exclusivamente nas localidades onde estavam instaladas as emissoras. (MATTOS, 2002).

De acordo com Caparelli (1982), “no início dos anos 60, as estações fora do eixo Rio – São Paulo apresentavam telejornais com até dois dias de atraso pela dificuldade de transporte de tapes ou se contentavam com telejornalimos isolados do país e do mundo” (CAPARELLI, 1982, p.122).

Em 1965, mesmo ano que em que foi inaugurada a TV Globo no Rio de Janeiro, foi criada a Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações), iniciando às transmissões via satélite. Caparelli (1982) destaca que o suporte montado pela Embratel foi a ponte para que a TV tivesse seu conteúdo apresentado instantaneamente nos mais diversos pontos do país. (CAPARELLI, 1982). A partir daí o sistema de transmissão, que “interliga o Brasil através de linhas básicas de micro-ondas – rotas – e adere ao consórcio internacional para utilização de satélites de telecomunicações – o Intelsat. Estava criada, então, a estrutura para as redes nacionais de televisão” (PATERNOSTRO, 1999, p. 31). De acordo com Mattos (2002): “O Brasil ocupa o quarto lugar entre os maiores usuários do Satélite Intelsat” (MATTOS, 2002, p. 189).

Tourinho (2015) explica que a inauguração das primeiras linhas de micro-ondas pela Embratel e a introdução de *videotape*¹ – VT –, em 1965, foram duas importantes inovações tecnológicas que possibilitaram a criação de uma rede de televisão verdadeiramente nacional. (TOURINHO, 2015, p. 79).

Mattos (2002) também destaca o papel fundamental que o VT teve para o desenvolvimento da TV brasileira, principalmente, em relação à dois fatores específicos: cultura de se assistir televisão todos os dias e a consolidação do gênero telenovela.

O uso do VT possibilitou não somente novelas diárias como também a implantação de uma estratégia de programação horizontal. A veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana criou o hábito de assistir televisão rotineiramente, prendendo a atenção do telespectador e substituindo o tipo de programação em voga até então, de caráter vertical, com programas diferentes todos os dias (MATTOS, 2002, p.87).

¹ Videoteipe ou Videotape (do inglês videotape = literalmente fita de vídeo) É uma fita de material plástico muito fina, que tem uma cobertura de partículas magnéticas, usada para o registro de imagens televisivas ao passar por um aparelho em que as partículas são ordenadas. Seu uso permitiu a gravação prévia de programas destinados a transmissões posteriores. Com a introdução dos meios digitais de gravação, esta tecnologia tornou-se obsoleta.

Entre os anos de 1964 até 1975 a televisão brasileira experimentou o que Mattos (2002) denominou como fase populista, momento em que a influência no desenvolvimento da TV se deu a partir do Golpe Militar de 1964.

Segundo Mattos (2002), no Brasil, em virtude da relação entre os bancos e o governo, durante os 21 anos de regime militar (1964-1985), o financiamento dos "mass media" foi um poderoso veículo de controle estatal. Neste período, a concessão de licenças e subsídios para importação de materiais e equipamentos, por parte do governo, influenciava a ponto de fazer com que os meios de comunicação de massa adotassem uma posição de sustentação às medidas governamentais. "Aqueles que conservam boas relações com o governo sempre foram e continuam sendo beneficiados com empréstimos, subsídios, isenção de impostos e publicidade oficial" (MATTOS, 2002, p.91).

A autora ainda reforça que a segunda fase da televisão no Brasil tem como característica mais relevante a absorção dos padrões de administração, de produção de programação pela televisão nacional.

A segunda etapa de avanço da televisão brasileira caracteriza-se como a fase em que a TV, deixando de lado o clima de improviso dos anos 50, torna-se cada vez mais profissional (MATTOS, 2002). Tourinho defende que, a segunda etapa da televisão no país é caracterizada pelas evoluções tecnológicas.

Inovações como a rede nacional de micro-ondas (a partir de 1967), a transmissão via satélite (1969), o uso de cores (1972), além da evolução do videoteipe (1960) e do amadurecimento de outras tecnologias e inovações que deram uma nova dimensão à televisão no País (TOURINHO, 2009). O número de canais regionais também aumentou neste período, a partir de uma nova regulamentação do setor. Surgiu, então, o que viria a ser o futuro modelo para a televisão no país: redes nacionais de conteúdos generalistas e acesso aberto articuladas com emissoras afiliadas em todos os estados brasileiros. Foi neste período, a partir do Sistema Nacional de micro-ondas, que a Rede Globo se tornou a primeira rede nacional de televisão brasileira, com a maior audiência do país (TOURINHO, 2015, p. 80).

O período que compreende os anos entre 1975 e 1985 é chamado por Mattos (2002) de fase do desenvolvimento tecnológico da televisão brasileira. Este intervalo é caracterizado, pois, pela padronização da programação em todo o território nacional e pela consolidação da concepção do conceito de rede de televisão no Brasil.

Tourinho (2015) afirma que a partir dos anos de 1980 há ampliação do número de canais alicerçado pela implantação das TVs por consignação e pela reconfiguração das grandes concessões de televisão no Brasil.

A reconfiguração começa com o fim da TV Tupi. O espólio da emissora pioneira da TV brasileira foi objeto de disputa por vários grupos de comunicação do país. Os vencedores das novas concessões foram o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) inaugurado em 1981 e a TV Manchete inaugurada em 1983 e substituída pela RedeTV! já no final da década. (TOURINHO, 2015, p. 80 – 81).

A expansão da TV brasileira neste período pode ser mensurada por meio do número de residências dotadas de receptores de televisão. De acordo com Mattos (2002), em 1980, o censo nacional apontou que 55% de um total de 26,4 milhões de residências já possuíam aparelhos de TV. Entre os anos de 1960 e 1980, o aumento no número de lares com aparelhos de TV foi de 1.272%. Mais tarde, em 1989, dados da ABINEE mostravam que já existiam cerca de 20 milhões de televisores no Brasil. Para Mattos (2002), esse número torna-se ainda mais eloquente quando se sabe que aproximadamente 69% da população brasileira daquela época viviam em áreas urbanas, e que 73,1% de todas as residências urbanas estavam equipadas com televisores (MATTOS, 2002).

De acordo com Montez (2005), a década de 1970 foi responsável por diversas transformações tecnológicas, entre elas as que tornaram possível a disseminação a TV a cabo e por satélite. Mesmo que o modelo tenha se consolidado apenas na década seguinte, exigindo formas de regulação. O número de canais cresceu notavelmente, distribuindo a audiência entre eles.

A programação passou a ser mais segmentada, dirigida a um público menor, porém mais identificado com o canal. Com as novas tecnologias que surgiam, desenvolveu-se um modelo de negócios baseado na assinatura de pacotes de programação, o que efetivamente viabilizou a segmentação de canais. A integração vertical entre os produtores de conteúdo e seus distribuidores marcou fortemente esse estágio. Ao contrário dos anos anteriores, quando a TV era um serviço público, as concessões passam a adquirir caráter privado, ficando apenas com a obrigatoriedade da prestação de alguns serviços públicos, como programas educativos ou políticos. No caso das TVs a cabo e por satélite, consolida-se um modelo baseado no controle total do transmissor sobre o conteúdo (MONTEZ; 2005, p.22).

No estágio que caracteriza a mudança do regime militar para o regime civil, a televisão experimenta um momento de transição e de expansão internacional (1985 - 1990). Mattos (2002) avalia que nesta fase as mudanças mais notórias que aconteceram no setor das comunicações decorreram da nova Constituição, promulgada em 5 de outubro de 1988, que apresenta um texto específico sobre “Comunicação Social”.

Na Constituição há artigos específicos que impedem, inclusive, a presença de qualquer dispositivo legal que gere embaraço à liberdade de informação jornalística, em qualquer meio de comunicação social. Também há textos que proíbem de formação de monopólio/oligopólio nos veículos de comunicação.

A nova Carta, também, estipulou regras para programação das emissoras de rádio e televisão. A TV brasileira deveria promover “programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, procurando estimular a produção independente, visando à promoção da cultura nacional e regional” (MATTOS, 2002, p.118).

Nesta fase de desenvolvimento da televisão brasileira, é possível observar que há mais competitividade entre as grandes redes de comunicação, um contínuo progresso em direção ao mercado internacional. A expansão da Rede Globo no exterior, por exemplo, começa com planejamentos desde 1985.

A fase da globalização e da TV paga, chega em 1990 e permanece até os anos 2000. Segundo Mattos, sobre este período é possível constatar diversas mudanças tiveram papel decisivo no perfil da televisão, entre elas o crescimento da TV por assinatura.

Para Brittos (2010), no entanto, pode-se verificar “que a globalização não implica que a programação televisiva seja uniformizada em todos os pontos do Planeta envolvidos pelo capitalismo” (BRITTOS, 2010, p.5). Segundo o autor, diversos padrões da sociedade reordenam-se.

[...] As fronteiras tendem à dissolução e as noções de espaço e de tempo alteram-se profundamente, em constantes entrecruzamentos, cuja marca é a velocidade. Com isso, é evidente que os produtos desterritorializados são o eixo de programação das emissoras pagas, que muitas vezes transmitem mundialmente. Mas nos canais convencionais nota-se um índice de programas nacionais elevado. Os canais aberto igualmente procuram incrementar o espaço local, como atesta o reforço que a própria Globo está desenvolvendo em seus telejornais locais. A ação do global nos Estados-nações não é uníssona. Identificam-se determinações recíprocas e desiguais. Assim, mesmo o local, o regional e o nacional, com suas diversidades e identidades, diante da participação do mundial adquirem novos significados, modificando-se, em alguns momentos reafirmando-se.

A última fase exposta por Mattos (2002) teve início no ano 2000 e se estende até a atualidade. Este momento é denominado pela autora como “fase da convergência e da qualidade digital”.

As influências do governo ainda são fortes, até mesmo em relação ao tipo de tecnologia que será utilizada pelos veículos de comunicação. Pode-se citar como exemplo dessa influência a escolha do sistema de cores PAL-M² utilizado no Brasil, ou até mesmo, a implementação da lei que regulamenta a operação de empresas que exploram a Internet ou todo o andamento de escolha de tecnologia digital a ser seguida. (MATTOS, 2002).

Segundo Tourinho (2015) esta etapa da TV começa precisamente a partir da decisão de que sistema digital será adotado no Brasil. A seleção e definição de sistema seria utilizado se deu após uma longa negociação, que considerou, as características comerciais e tecnológicas. Os modelos disponíveis até aquele momento eram: O europeu, Digital Vídeo Broadcasting — DVB-T; o japonês, Integrated Service Digital Broadcasting — ISDBT; e o americano, Advanced Television Systems Committee — ATSC.

O Brasil adotou o modelo baseado na tecnologia japonesa, incorporando outras inovações como a portabilidade e a mobilidade, sem tarifário. A tecnologia brasileira recebeu o nome de ISDB-TB ou, simplesmente, SBTVD — Sistema Brasileiro de Televisão Digital. Nesta tecnologia, as emissoras podem optar por operar num único canal em alta definição — full HD — ou até quatro em formato standard, com definição inferior a 1.080 linhas. (TOURINHO, 2015, p. 83).

Para Cruz (2006) o padrão japonês era o predileto das emissoras brasileiras. “Inicialmente, a tecnologia era defendida pelas grandes redes, como a Rede Globo, mas em janeiro de 2006, fechou-se um consenso com todas as empresas em torno do ISDB – T japonês”. O autor ainda explica que este modelo garante às TVS a possibilidade de transmissão para celulares, sem alterar o modelo de negócios atual. Inclusive, a ameaça que veio das operadoras de telecomunicação fez com que o grupo se unisse em uma campanha, realizada em março de 2006, que tinha os dizeres: “TV Aberta: 100% Brasil, 100% grátis”. (CRUZ, 2006, p. 93).

Ainda no que tange aos aspectos da implantação do sinal digital no país, Gobbi e Kerbauy (2010) avaliam que as forças tecnológicas e da natureza humana terão condições de impor a pluralidade com muito mais robustez que quaisquer leis que o Congresso seja capaz de inventar.

² **PAL-M** (*Phase Alternation Line*). é o sistema de televisão em cores analógico utilizado pelo Brasil desde sua primeira transmissão oficial, em 1972.

[...] estamos exatamente atravessando um período onde políticas de comunicação estão sendo traçadas pelo governo brasileiro, contemplando boa parte dos interesses das emissoras de televisão. Mas, se essas políticas serão aceitas pela audiência é outra história. A interatividade, a multiprogramação, a quantidade de canais, a alta definição das imagens, padrão do sinal e a possibilidade de realizar cópias dos programas veiculados na TV Digital, estão sendo decididos pelo governo sem consulta pública e na clara tentativa de se manter o modelo atual de negócios das emissoras de TV aberta do país. (GOBBI e KERBAUY, 2010, p. 149)

Concomitante ao desenvolvimento da TV, o advento da internet, e, sobretudo, a convergências das mídias, também influenciaram nas transformações que a TV vem registrando ao longo dos anos e, por esse motivo, não deve ser desconsiderada.

Os avanços tecnológicos que emergiram neste período, desde o surgimento da TV há mais de 60 anos, como a utilização de videotape, o satélite, as transmissões coloridas, via cabo, a digitalização e até mesmo transmissões pela internet, são algumas das transformações marcantes na história da televisão.

De todos os estágios evolutivos da TV no Brasil, apresentados até aqui, o foco desta pesquisa será a TV Digital, assim como suas promessas, desafios e possibilidades para o telejornalismo.

1.2. Televisão digital no Brasil: Promessas e Possibilidades

As pesquisas sobre a “TV digital” tiveram início há mais de 30 anos, no final da década de 1980, em países europeus, nos Estados Unidos e no Japão, que já contava com padrão de TV em alta definição, entretanto analógica. Os dois primeiros sistemas de transmissão digital – Advanced Television Systems Committee (ATSC), norteamericano, e o Digital Vídeo Broadcasting (DVB), europeu – foram lançados em 1993. Já no final da década de 1990, precisamente em 1999, foi a vez do Japão lançar seu sistema, denominado Integrated Service Digital Broadcasting (ISDB).

No Brasil, os estudos sobre TV Digital começaram em 1991, quando a Comissão Assessora para Assuntos de Televisão (Com-Tv), foi criada pelo governo brasileiro, por meio do Ministério das Comunicações. Três anos depois, em 1994, a Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão e Telecomunicações (Set) e a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) deram origem a um grupo, formado por profissionais de diversas áreas ligadas às telecomunicações, que tinha como “missão de acompanhar o desenvolvimento, estudar, analisar e avaliar os sistemas

de TV digital que se desenvolviam no mundo, bem como observar sua implantação nos diversos países”. (BRASIL, 2003).

Os primeiros passos para implantação da TV Digital no Brasil foram dados com a criação do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), em 26 de novembro de 2003, quando o então presidente Luiz Inácio Lula da Silva assinou o decreto presidencial que oficializou os estudos para que a transição para o modelo digital de televisão pudesse ser possível. No documento ficou estabelecido quais eram os objetivos do sistema:

I – Promover a inclusão social, a diversidade cultural do País e a língua pátria por meio do acesso à tecnologia digital, visando à democratização da informação; II – Propiciar a criação de rede universal de educação à distância; III – Estimular a pesquisa e o desenvolvimento e propiciar a expansão de tecnologias brasileiras e da indústria nacional relacionadas à tecnologia de informação e comunicação; IV – Planejar o processo de transição da televisão analógica para a digital, de modo a garantir a gradual adesão de usuários a custos compatíveis com sua renda; V – Viabilizar a transição do sistema analógico para o digital, possibilitando às concessionárias do serviço de radiodifusão de sons e imagens, se necessário, o uso de faixa adicional de radiofrequência, observada a legislação específica; VI – Estimular a evolução das atuais exploradoras de serviço de televisão analógica, bem assim o ingresso de novas empresas, propiciando a expansão do setor e possibilitando o desenvolvimento de inúmeros serviços decorrentes da tecnologia digital, conforme legislação específica; VII – Estabelecer ações e modelos de negócios para a televisão digital adequados à realidade econômica e empresarial do País; VIII – Aperfeiçoar o uso do espectro de radiofrequências; IX – Contribuir para a convergência tecnológica e empresarial dos serviços de comunicações; X – Aprimorar a qualidade de áudio, vídeo e serviços, consideradas as atuais condições do parque instalado de receptores no Brasil; e XI – Incentivar a indústria regional e local na produção de instrumentos e serviços digitais. (BRASIL, 2003, p.2).

A escolha do sistema que seria utilizado no país, foi publicada em 2006, pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, sob o Decreto nº 5.820, de 26 de julho, a decisão estava ancorada nas pesquisas e análises feitas pelo Comitê de Desenvolvimento do SBTVD-T. O sistema escolhido para o Brasil foi o japonês – Integrated Service Digital Broadcasting — ISDBT. Vários fatores contribuíram para que a definição, entre eles estudos técnicos-econômicos de viabilidade das tecnologias consideradas, análises de pontos fortes e fracos, tanto tecnológicos quanto econômicos. (GARCIA, 2010)

Para Cruz (2006), chama a atenção para o fato de que, nas discussões acerca do sistema de TV digital no Brasil, algumas palavras como “padrão”, “sistema” e “modelo”, são em alguns momentos sinônimos e em outro não.

O ATSC, o DVB e o ISDB são sistemas diferentes, cada um formado por um conjunto de padrões. Os sistemas podem ter padrões em comum. Os três adotam, por exemplo, o padrão MPEG para vídeo e o MPEG para multiplexação de sinais. O DVB e o ISDB utilizam o padrão COFDM para modulação, para a transmissão dos sinais, enquanto o ATSC usa o 8-VSB. (CRUZ, 2006, p. 111).

Além da alta qualidade nas imagens oferecidas em proporções widescreen (também conhecida como tela de cinema, ou 16:9), a TVD no Brasil tem a possibilidade de oferecer aos telespectadores som de qualidade – que garanta ao usuário uma sensação mais realística do programa que está sendo assistida –, TV Móvel e portátil – O telespectador pode assistir Televisão dentro de veículos em movimento, sem problemas técnicos com som ou imagem, a transmissão pode ser feita também para tablets, celulares ou outros dispositivos móveis –, multiprogramação – possibilitando às emissoras que façam uso da frequência digital para transmitir simultaneamente até quatro canais –, e, por fim, a interatividade – que garantiria aos telespectador interagir com a programação pelo próprio televisor.

Para que a interação, proposta com o incremento da TV digital no país, seja possível são necessárias outras tecnologias – uma plataforma de software denominada *middleware* – “que funciona como um ambiente de programação, que fornece uma interface de programação de aplicações API (Application Programming Interface). É um facilitador de programação, onde os ambientes (sistema operacional e hardware) podem ser distintos. (Santos e Luz, 2013, p.38).

O *middleware* de código aberto utilizado no Brasil é o Ginga³, que nasceu com vocação para interatividade. O Ginga é um software livre, que foi desenvolvido pelo Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), por meio de uma parceria entre as universidades Federal da Paraíba e da PUC- Rio, a pedido do governo brasileiro.

Além de oferecer a possibilidade de checar a programação da TV, fazer compras e transações bancárias usando apenas o aparelho de TV, Tourinho (2015) destaca que, “mais do que isso, o Governo brasileiro anunciou sua intenção de fazer do aplicativo uma ferramenta de inclusão social com possibilidades, por exemplo, de permitir a marcação de consultas no Sistema Único de Saúde, o SUS”. (TOURINHO, 2015, p. 109).

³ O ginga é um movimento fundamental para Capoeira. “O nome Ginga foi escolhido para o middleware em reconhecimento à cultura, arte e contínua luta por liberdade e igualdade do povo brasileiro”. <http://www.ginga.org.br/en/sobre>

As primeiras transmissões da TV Digital no Brasil, foram realizada em 02 de dezembro de 2007, diversas emissoras de televisão transmitiram parte de seu conteúdo em HDTV⁴ e parte em definição normal.

A Anatel realizou, antes da implantação da TV Digital no país, uma Pesquisa de Mercado⁵ com três mil pessoas das cinco regiões do país. O intuito era avaliar o mercado brasileiro incluindo parque industrial, distribuição de renda, concentração demográfica e demais dados importantes que pudessem contribuir com a agência na escolha do padrão de televisão digital seria adotado.

Para se chegar aos resultados, foram realizadas pesquisas quantitativas (utilizando questionário estruturado contendo perguntas fechadas e escalas de avaliação que visam informações objetivas) e qualitativas (obtidas através de três metodologias diferentes: roteiro, grupo focal e entrevistas em profundidade).

O questionário avaliava também a percepção dos consumidores em relação à TV digital de diversos ângulos. Os resultados apontaram o tempo médio de compra de aparelhos de TV de cada uma das cinco regiões do Brasil, os tipos de antena utilizada, o percentual de domicílios com TV por assinatura. Além das notas atribuídas para as imagens das simulações das TVs e hierarquia dos serviços que poderiam ser oferecidos pela TV digital, conforme dados abaixo:

1. Notas atribuídas para as imagens das simulações das TVs

Tabela 1- Pesquisa de Mercado TV Digital (Fonte: Anatel, 2009).

Região	Notas para imagem da TV atual	Notas para imagem da TV atual com conversor	Notas para imagem da TV digital
Centro-Oeste	3,9	6,8	9,4
Sul	3,8	6,6	9,3
Sudeste	4,0	6,9	9,5
Nordeste	4,4	6,8	9,2
Norte	3,8	6,5	9,1

O maior atrativo para o consumidor seria o HDTV. A partir da idéia dos entrevistados, as transmissões em alta definição motivariam o consumidor a comprar

⁴ HDTV é a sigla em inglês para High-Definition Television ou Televisão de Alta Definição. Os aparelhos com tecnologia HDTV podem chegar a uma resolução de 720 linhas progressivas (1280x720 p). (disponível em: <http://tecnologia.uol.com.br/dicas/sua-duvida/2010/04/29/qual-a-diferenca-entre-hdtv-e-full-hd.jhtm>)

⁵ Pesquisa de Mercado da TV Digital no Brasil – realizada para Anatel, em 1999. Disponível em: http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=12319&assuntoPublicacao=null&caminhoRel=null&filtro=1&documentoPath=biblioteca/publicacao/pesquisa_tvdigital.pdf

um receptor de televisão ou aparelho de TV Digital. Os demais serviços de natureza interativa também teriam um alto grau de importância para o consumidor, permitindo que o mesmo pudesse interagir com a programação, comprar produtos, obter informações, gravar um programa para ser assistido em outro horário, assistir a um programa sob um ângulo diferente e outras possibilidades.

2. Hierarquia dos serviços

Tabela 2- Pesquisa de Mercado TV Digital (Fonte: Anatel, 2009).

Região	Ordem de importância				
	1º mais importante		2º mais importante		3º mais importante
Centro-Oeste	Ajuda para deficientes	Gravação de programas diretamente da TV	HDTV	Programas com defasagem de horários	Informativos
Sul	Ajuda para deficientes		Gravação de programas diretamente da TV		Informativos HDTV
Sudeste	Ajuda para deficientes,	Gravação de programas diretamente da TV	HDTV	Múltiplos programas	Programas com defasagem de horários Informativos
Nordeste	Ajuda para deficientes		Gravação de programas diretamente da TV		Múltiplos programas HDTV
Norte	Ajuda para deficientes		Gravação de programas diretamente da TV	HDTV	Informativos

Com o sinal digital implantado no país, o governo estipulou um calendário para que o sinal analógico seja desligado em todo território nacional até o ano de 2018, o chamado *switch off* – desligar.

A proposta do Governo, oficializada por meio da portaria nº 481, de 9 de junho de 2014, é que o desligamento do sinal seja feito de forma gradual até que todo o país tenha apenas transmissão digital. O *switch off* terá início em abril de 2016 e se estenderá até novembro de 2018. (BRASIL, 2014).

De acordo com o Ministério das Comunicações, um benefício do desligamento do sinal analógico será a liberação da faixa de 700 MHz, atualmente ocupada por canais de TV aberta em tecnologia analógica. Com a digitalização da TV, essa faixa vai ser usada para expandir o serviço de telefonia e internet 4G no Brasil, que desde 2013 já opera na frequência de 2,5 GHz.

O município goiano, Rio Verde, será o primeiro a receber apenas sinal digital, segundo o cronograma do Governo Federal, a cidade localizada há 241 km da capital

Goiânia, teria o sinal desligado em novembro de 2015, como projeto piloto antecedendo os outros desligamentos. No entanto, o desligamento da transmissão analógica, foi adiado após o Ministério das Comunicações juntamente com o Gired (Grupo de Implantação do Processo de Redistribuição e Digitalização) e representantes da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) constataram que as famílias da cidade ainda não estariam preparadas para o desligamento do sinal. A previsão do Governo é que a mudança de analógico para digital seja feita em 15 de fevereiro de 2016.⁶



Figura 1 - Contagem regressiva para o desligamento do sinal de TV Analógica em Rio Verde, Goiás. (atualizado em: 16/01/2016)

No dia 25 de janeiro de 2016, o Ministério das Comunicações publicou um novo cronograma para o desligamento do sinal analógico. Na lista, Brasília será a única capital brasileira a migrar totalmente para o sinal digital. A capital federal e os municípios ao redor devem fazer a transição até outubro deste ano.

Na previsão anterior, outras capitais e cidades dos estados de São Paulo, Minas Gerais, Goiás e Rio de Janeiro também passariam pela mudança ainda em 2016, entretanto, todas tiveram as datas postergadas. Por outro lado, algumas cidades localizadas no Nordeste e no Norte tiveram seus cronogramas antecipados em alguns meses.

A justificativa para o adiamento foi o atraso para se chegar ao mínimo de acessos ao sinal digital. Ainda de acordo com informações publicadas pelo governo, as alterações na portaria que estabelece a implantação da TVD levam em consideração os

⁶ Governo Federal divulgou calendário com o cronograma do desligamento do sinal de TV analógica. Disponível em: < <http://www.mc.gov.br/sala-de-imprensa/todas-as-noticias/radio-e-tv/38692-mc-divulga-novo-cronograma-de-desligamento-da-tv-analogica>>
< <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=66&data=25/01/2016> >

grandes eventos que vão ocorrer no país nos próximos anos, como as eleições municipais e Olimpíadas de 2016, além de novas eleições e outra copa em 2018. Todos esses eventos têm uma participação fundamental da TV aberta.

De acordo com a portaria, uma condição para que ocorra o desligamento do sinal analógico é que pelo menos 93% dos domicílios de cada município estejam aptos a receber o sinal digital. A prática internacional delimita que essa garantia seja de 90% dos domicílios.

Confira o cronograma de desligamento do sinal analógico:

Tabela 3- Fonte: Ministério das Comunicações⁷

15/02/2016	Rio Verde/GO
26/10/2016	- Brasília/DF; Águas Lindas de Goiás/GO; Cidade Ocidental/GO; Cristalina/GO; Formosa/GO; Luziânia/GO; Novo Gama/GO; Planaltina/GO; Santo Antônio do Descoberto/GO; Valparaíso de Goiás/GO
29/03/2017	São Paulo/SP
31/05/2017	Goiânia/GO
26/07/2017	Belo Horizonte/MG; Fortaleza/CE; Juazeiro do Norte/CE; Sobral/CE; Recife/PE; Salvador/BA.
27/09/2017	Campinas/SP; Franca/SP; Ribeirão Preto/SP; Santos/SP; Vale do Paraíba/SP
25/10/2017	Rio de Janeiro/RJ; Vitória/ES
31/01/2018	Curitiba/PR; Florianópolis/SC; Porto Alegre/RS
28/03/2018	Bauru/SP; Presidente Prudente/SP; São José do Rio Preto/SP; São Luís/MA
30/05/2018	Belém/PA; João Pessoa/PB; Maceió/AL; Manaus/AM; Teresina/PI; Aracaju/SE; Natal/RN
28/11/2018	Boa Vista/RR; Campo Grande/MS; Cuiabá/MT; Macapá/AP; Palmas/TO Paraná (Oeste do Estado); Porto Velho/RO; Rio Branco/AC; Rio de Janeiro (interior); Rio Grande do Sul (Sul do Estado); São Paulo (interior)
05/12/2018	Blumenau/SC; Jaraguá do Sul/SC; Joinville/SC; Campina Grande/PB; Dourados/MS;

⁷ <http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2016/01/desligamento-do-sinal-da-tv-analogica-tem-novo-cronograma#>

	Caruaru/PE; Petrolina/PE; Rondonópolis/MT; Feira de Santana/BA; Vitória da Conquista/BA; Governador Valadares/MG; Juiz de Fora/MG; Uberaba/MG; Uberlândia/MG; Imperatriz/MA; Marabá/PA; Mossoró/RN; Parnaíba/PI; Santa Maria/RS
--	--

Além das novas datas, a portaria também reforça sobre a divulgação que as emissoras de televisão devem fazer para alertar os telespectadores a respeito do desligamento do sinal. Segundo a portaria, a campanha deve ter início um ano antes da data prevista para a transição naquela cidade.

As redes de TV deverão inserir uma indicação de que se trata de uma transmissão analógica e tarjas informando sobre o desligamento. A quantidade de inserções desses alertas devem aumentar à medida em que a data limite para o fim das transmissões analógicas se aproximam.

Conforme dados divulgados pela Agência Nacional de Telecomunicações, relativos a maio de 2012, 46,80% da população tem cobertura de sinal digital de TV Digital. (Quadro 1)

Tabela 4- Cobertura de sinal de TV Digital no Brasil, em 2012 (Fonte: Anatel)⁸

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%

Até 2012, de todas as emissoras do Brasil, a TV Globo era a mais adiantada em disponibilidade de sinal digital no país, estando presente em todos os Estados brasileiros e o Distrito Federal. Neste ano, a Rede Globo era a única emissora aberta do país com sinal digital em Roraima, por exemplo. Logo em seguida vem a Record e a Rede TV com cobertura digital

⁸ Simulações considerando as emissoras em operação e o campo elétrico de 51 dB μ V/m) Situação de Maio de 2012. Disponível em:
<http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=276896&assuntoPublicacao=null&caminhoRel=null&filtro=1&documentoPath=276896.pdf>

em 22 estados da federação. Na sequência aparecem a Rede Vida, presente em 20 estados, seguida da Band com a tecnologia presente em 14 estados.

Uma das maiores emissoras do país, o SBT só aparecia na sexta colocação presente apenas nos grandes centros brasileiros, cobrindo apenas 10 estados.⁹

Segundo Cruz (2006), neste período de transição entre os sinais, os aparelhos de TV continuam funcionando e, é ofertado ao telespectador outras opções para receber o sinal digital. “Quem não quer comprar um televisor novo, mas mesmo assim desfrutar da nova tecnologia, tem a opção de comprar um conversor, ou set-top box, que, apesar de não garantir toda a qualidade da imagem digital, dará a acesso a recursos como multiprogramação e interatividade, se estiverem disponíveis”. (CRUZ, 2006, p. 18 –19).

1.3. A interatividade na Televisão digital no Brasil

Uma das principais características da TV digital, a interatividade tem como promessa a criação de um canal de comunicação entre telespectador e emissora. O termo “interatividade” aparece entre as diretrizes para transição do sistema de transmissão analógico para o digital do serviço de radiodifusão, publicados no artigo 6º decreto 5.820, de 29 de junho de 2006.

Aproveitando o fato de que a TV está presente em quase 100% dos lares brasileiros, o governo pretendia usar a interatividade oferecida pela TV Digital para promover a inclusão digital. O objetivo era levar aos cidadãos serviços nas áreas de educação, saúde, cidadania, por meio de aplicações eletrônicas desenvolvidas gratuitamente para a TV e garantir o acesso da maioria das pessoas.

Entretanto, as tecnologias que oferecem interatividade não oferecem preços ou condições para chegar às classes menos favorecidas da sociedade, que são o foco da inclusão digital. Segundo Becker (2005), ainda restam muitas perguntas sem respostas em relação a interatividade e a inclusão social por meio dessa tecnologia.

A “interatividade” também foi uma promessa das emissoras com o lançamento da TV Digital no país. Por meio do controle remoto, sem necessariamente ter acesso à internet, os telespectadores poderiam interagir com a programação. As emissoras de televisão preparam conteúdos que apresentavam, além das imagens em alta definição,

⁹ disponível em: <http://www.dtv.org.br/>

possibilidades de o usuário ter acesso a informações adicionais na tela da TV ou até mesmo ouvi-las nos alto-falantes.

Em uma página na internet, específica para tirar dúvidas sobre a TV Digital, a TV Globo enumera as possibilidades que os usuários passam a contar graças a implantação da TVD. “Com o controle remoto, por exemplo, os usuários podem votar, responder a testes, acessar mais informações sobre os programas e até comprar produtos anunciados na televisão”¹⁰.

A interatividade na TV Digital é possibilitada por meio de um software, no caso do Brasil o Ginga. Entretanto, os primeiros conversores para TDV lançados no país não incluíram tal middleware. De acordo com Tourinho (2015), as fábricas não “embarcaram” na inserção do ginga nas configurações básicas dos televisores devido a falta de legislação. Outras justificativas apresentadas pelo autor é que, além das falhas na legislação, as fabricantes alegavam que a inclusão do Ginga no aparelho de TV ou no set-top Box encarecia o produto e não havia produção de conteúdo que tornasse necessária a presença do middleware.

Tal justificativa travou uma discussão entre as emissoras – responsáveis pela produção dos conteúdos – e as fabricantes – responsáveis por produzirem os aparelhos com a tecnologia adequada. “Os fabricantes afirmavam que não havia conteúdo interativo nas emissoras e as emissoras alegavam que não produziam este conteúdo porque os aparelhos saíam de fábrica sem capacidade de interagir”. (TOURINHO, 2015, p. 86)

Para mitigar os gargalos que impediam que a interatividade acontecesse de fato na TV Digital, o governo brasileiro editou novas regras para o Processo Produtivo Básico (PPB), que apresentava normas ligadas à produção de aparelhos e acessórios industriais. A partir de então, ficou obrigatória a inserção do Ginga nos aparelhos que fossem fabricados.

Na portaria de 2011, ficou definido que as fabricantes deveriam incorporar a capacidade de executar aplicações interativas radiodifundidas, de acordo com diversas Normas ABNT além de estipular um cronograma tomando-se como base a quantidade total produzida nos períodos. A exigência da produção com o software aberto teve início apenas a partir de 2013 (antes era opcional ou não exigido). De 1º de janeiro até 31 de

¹⁰ Ver detalhes sobre as promessas da chegada da TV Digital. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/rpctv/tvdigitalrpc/noticia/2012/10/tem-alguma-duvida-sobre-o-sinal-digital-confira-perguntas-frequentes.html>

dezembro de 2013: 75% (setenta e cinco por cento) dos televisores; e a partir de 1º de janeiro de 2014: 90% (noventa por cento) dos televisores deveriam sair de fábrica com o software¹¹.

Quando entrou no mercado brasileiro, a possibilidade de interatividade foi amplamente utilizada como argumento pelas emissoras de televisão. Em setembro de 2011, uma reportagem produzida pela assessoria de comunicação do Governo Federal e veiculada na TV Brasil apresentava o que o telespectador precisa fazer para ter acesso ao conteúdo interativo e as medidas do Governo Federal para tornar a interatividade popular na TV digital.

O texto do repórter começa associando as funções do controle remoto aos recursos oferecidos pela internet. Enquanto isso, na tela, são apresentadas as opções de interatividade.¹²

Basta ter o controle remoto nas mãos e em um piscar de olhos a TV ganha recurso de internet. Quer ver a previsão do tempo? Nem precisa abrir o computador, as informações aparecem na tela da televisão quando você quiser. E mais, o telespectador pode se informar, por exemplo, enquanto passa o desenho animado. As notícias estão bem ali, ao alcance das mãos. Isso é interatividade, um dos recursos da TV Digital brasileira. (TV BRASIL, 2011)

O termo Interatividade nunca esteve tão em alta. Programas de TV, telejornais, jogos interativos, e uma série de produtos acrescentaram essa palavra contemporânea que soa tão bem a qualquer produto midiático. Mas afinal, o que é exatamente interatividade? É sobre esse assunto que vamos falar no capítulo a seguir.

¹¹ Ver portaria do Governo Federal que definiu prazos para que os televisores fabricados no país saíssem com possibilidade para interatividade entre os usuários e a programação das emissoras de televisão. <http://www.abratel.org.br/pdf/PORT.140.%20INT.MINIST.CALENDARIO.GINGA.pdf>

¹² Reportagem da TV MiniCom mostra como funciona o recurso da interatividade na TV digital, uma inovação do sistema adotado pelo Brasil, o ISDB-T. Reportagem produzida pela equipe da Assessoria de Comunicação Social (Ascom) do Ministério das Comunicações. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MlylAi7v0WA>

2. Interatividade na TV Digital

A interatividade é uma das promessas da TV digital que permitiria aos usuários e/ou telespectador compartilharem suas experiências por meio do próprio controle remoto ou através de outros dispositivos ofertados pelas emissoras de televisão.

Neste capítulo apresentaremos alguns conceitos de interação e interatividade e mostraremos algumas experiências de interatividade proporcionadas pelas emissoras de televisão no Brasil.

2.1. Conceitos de Interação e Interatividade

Quando se utiliza o termo “interatividade” logo vem à cabeça que é possível, de alguma maneira, participar de alguma coisa. O pesquisador Alex Primo (2008) sugere que o termo interatividade seja “impreciso e escorregadio”, pois além de transitar em trabalhos do universo acadêmico, tem espaço garantido em embalagens de softwares, programas de rádio, TV, jogos eletrônicos.

O conceito de interação é longínquo, todavia o de interatividade é muito recente e só passou a fazer parte do dicionário de língua portuguesa há pouco mais de 30 anos. Montez e Becker (2005) explicam que a interação faz parte de diversas áreas do conhecimento, começando pela física, passando pela meteorologia, sociologia, biologia e chegando a comunicação.

Apesar da semelhança entre as palavras, os termos “interatividade” e “interação” são diferentes. Os autores elucidam que interação pode acontecer diretamente entre dois ou mais entes participantes, o inverso da interatividade, que é impreterivelmente intermediada por um meio eletrônico (normalmente um computador).

Conforme Montez e Becker (2005), no caso da ciência da comunicação, a interação é definida como a relação entre eventos comunicativos. “Essa definição considera “comunicação interpessoal”, “relacionamento humano” e “interação humana” como sinônimos”. Como explicam os autores, ainda na década de 1960, “o termo interatividade foi cunhado como neologismo inglês interactivity” (MONTEZ E BECKER, 2005, p. 124).

A expressão fazia nascer o que os estudiosos da área de informática da época compreendiam como uma “nova qualidade da computação interativa”, considerando que

fossem agregadas ferramentas como o teclado e o monitor de vídeo como elementos de entrada e saída dos sistemas de computadores. (MONTES e BECKER, 2005, p. 34).

Lemos (1997) pressupõe que a “interatividade” seja delimitada como uma ação dialógica entre o homem e a técnica. Essa técnica, que pode ser uma máquina ou ferramenta, sempre foi intrínseca ao social. Usada em sua essência, ela é peculiar ao homem e toda vida em sociedade. A interação que acontece entre homem e técnica trata-se de uma ação tecno-social existente em todas as fases da civilização. “O que vemos hoje, com as tecnologias do digital, não é a criação da interatividade propriamente dita, mas de processos baseados em manipulações de informações binárias” (LEMOS, 1997, p.1)

Jensen (2005) argumenta que existem algumas razões para se determinar a diferenciação conceitual entre “interação” e “interatividade”. Para ele, o conceito de interatividade é cercado de muitas significações positivas, como futurismo, liberdade individual de escolhas e determinação pessoal, por exemplo. O autor explica que o termo interatividade está relacionado a uma característica da nova mídia, que difere das mídias tradicionais. E justifica que é necessário conservar o conceito “interação” com seu devido sentido sociológico, atribuindo-se a relações recíprocas entre dois ou mais indivíduos, que não estejam sofrendo interferências de um computador. O conceito de “interatividade” é usado para reportar-se ao uso dos media e da comunicação mediada (JENSEN, 2005, p.37).

Para o francês Pierre Levy (1999) o que especifica a interatividade é a promessa, que cresce de acordo com a evolução dos dispositivos técnicos, de transformar todos os envolvidos na comunicação em emissores e receptores de mensagens. Tudo isso de maneira simultânea.

Já do ponto de vista de Primo (2008), é necessário que interação e interatividade sejam diferenciados qualitativamente.

Quando se fala em “interatividade”, a referência imediata é sobre o potencial multimídia do computador e de suas capacidades de programação e automatização de processos. Mas ao estudar-se a interação mediada por computador em contextos que vão além da mera transmissão de informações (como na educação a distância), tais discussões tecnicistas são insuficientes. Reduzir a interação a aspectos meramente tecnológicos, em qualquer situação interativa, é desprezar a complexidade do processo de interação mediada. É fechar os olhos para o que há além do computador. Seria como tentar jogar futebol olhando apenas para a bola. Ou seja, é preciso que se estude não apenas a interação com o computador, mas também a interação através da máquina. (PRIMO, 2008, p.32).

De acordo com Montez e Becker (2005) um novo tipo de interface que possibilita ao usuário a escolha da ordem em que seus dados (ou comandos) são fornecidos ao sistema foi popularizado na década de 1980, quando diversas pesquisas, que posteriormente deram origem as interfaces gráficas com janelas e aos computadores, foram realizadas nos Estado Unidos.

Em seguida chegaram os primeiros jogos eletrônicos, garantindo a interatividade digital entre a máquina, que representa “ações”, e os homens que podem participar. Caso nada seja feito pelo homem, nada acontece. Neste sentido, a informática caminhava em direção as possibilidades de consolidar uma relação mais visceral entre a máquina e os usuários. Montez e Becker (2005), explicam que depois dos surgimento de jogos desta natureza, alguns autores interpretaram “interatividade” como um termo muito mais ligado à tecnologia, desconsiderando suas aplicações em outras áreas de conhecimento.

Interatividade é relacionada à extensão de quanto um usuário pode participar ou influenciar na modificação imediata, na forma e no conteúdo de um ambiente computacional. O termo é conceituado como uma variável baseada no tempo de resposta do estímulo. Portanto, livros, jornais e TV aberta são caracterizados como meios pouco interativos; enquanto teleconferência, e-mail e videogame são de alta interatividade. (MONTEZ E BECKER, 2005, p. 33).

Sob o ponto de vista da interatividade empregada pela informática, Lemos (1997) entende que essa relação é uma maneira de deslocamento das possibilidades iniciadas por meio das mídias tradicionais de natureza analógica. E completa dizendo que o desenvolvimento dos media digitais e suas interfaces, que vai fomentar a interatividade informativa, “pode nos ajudar a melhor compreender a influência das novas tecnologias e a importância da noção de interatividade para a cibercultura contemporânea” (LEMOS, 1997, p19).

PRIMO (2008) destaca que na década 1980, o diretor do Media Lab do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), Andrew Lippman, já apontava significação para “interatividade”, que aparentemente considerava a perspectiva: “A atividade mútua e simultânea por parte de ambos participantes, geralmente trabalhando em direção a um objetivo, mas não necessariamente”.

Tanto Primo (2008) quanto Montez e Becker (2005), pontuam cinco características essenciais para que o sistema seja satisfatoriamente interativo. Os dois pesquisadores consideram as hipóteses de Lippman, que propõe uma busca pela

sofisticação dos sistemas informáticos, e apontam as seguintes características: interruptibilidade; granularidade; degradação suave; previsão limitada e não-*default*.

A interruptibilidade permitiria que o usuário interrompa a comunicação quando bem entender, embora a suspensão não deva ocorrer de maneira arbitrária, sem que exista um motivo. Este exemplo de interação estaria mais próximo de uma conversa do que de uma palestra. Por sua vez a granularidade está relacionada ao menor elemento após o qual se pode interromper essa emissão. No caso de uma conversação, por exemplo, essa interrupção poderia ser uma frase, o simples ato de balançar a cabeça, ou até mesmo o uso de expressões do tipo “já respondo sua pergunta”. Entretanto, para que o usuário não pense que o sistema interativo esteja “com defeito” ou “travado”, é necessário que essas circunstâncias sejam consideradas. O usuário deve receber uma mensagem informando que a operação está acontecendo.

Como característica a degradação suave refere-se aos casos em que o sistema não tem resposta para uma indagação, a operação não pode ser encerrada. Nestes casos, o participante não pode ficar sem resposta. Em suma, o usuário deve ter alternativas para encontrar as respostas necessárias. Enquanto isso a previsão limitada indica que há uma complexidade em programar diferentes tipos de indagações. No entanto, o sistema necessita possuir um banco de dados com possibilidades de permutação infinita que garanta ao participante conseguir a informação desejada. Desta forma, caso alguma coisa que não estava prevista ocorra na interação, o sistema terá condições de dar respostas. Quer dizer, essa característica deve provocar a sensação de um banco de dados infinito.

Finalmente pode-se considerar o Não-*default* como o princípio de maior liberdade na interatividade, o participante é livre para fazer suas escolhas e o sistema não força a direção que deve ser seguida pelos usuários. O usuário pode parar ou redirecionar o fluxo das informações, navegando aleatoriamente pelo espaço virtual.

Alguns pesquisadores elaboraram métodos e teorias para mensurar os níveis de interação que são oferecidos pelos emissores. Tourinho (2015) explica que a preparação desses padrões tem tido uma aptidão promissora na literatura e contribui com o progresso de escalas de interatividade. “A partir da definição dos níveis interativos já começa a ser possível dizer, ao menos, se uma emissão tem a intenção de ser interativa e de que forma ela tenta viabilizar esta proposta” (TOURINHO, 2015, p. 146).

Segundo Tourinho (2015) é possível afirmar, a partir da delimitação dos níveis interativos, se uma emissão tem o objetivo de ser interativa e de que maneira ela vai proporcionar essa proposta. A partir do ponto de vista de alguns pesquisadores, apresentaremos diferentes tipos de abordagens sobre os níveis de interatividade.

É possível classificar a Interatividade em três níveis, em ordem crescente de abrangência, quanto ao controle:

Reativo - Nesse nível, há pouco controle do participante sobre a estrutura do conteúdo e as opções de feedback são dirigidas pelo programa;

Coativo – Aqui há possibilidades que o participante controle a sequência, o ritmo e o estilo;

Pró-ativo – Neste nível o usuário é capaz de controlar a estrutura e o conteúdo.

Também é possível categorizar a interatividade das mídias em quente e fria. Em 1964, Mashall McLuhan classificou que os meios quentes são as que deixam pouco ou nenhum espaço de interação. Entregam mensagens prontas, sem que o usuário tenha chance de interferir. Entre as mídias quentes estão o rádio, o teatro e o cinema, por exemplo. Já os meios frios, admitem interatividade, estimulando o usuário a interagir. Exemplos de mídias frias são a televisão e o telefone. (MCLUHAN, 1964, p.38) Os computadores também fazem parte desse grupo, pois para que essa mídia exista é necessário que o usuário interaja.

Atualmente, a TV Digital interativa também pode ser enquadrada como mídia fria, pois para que aconteça a interatividade é preciso que o usuário/telespectador tenha interesse e participe da programação. Nesse caso, além da tecnologia e desenvolvimento de produtos interativos para TVD, é importante que os usuários sejam incentivados a interagir com o meio.

Caso seja levada em consideração a ideia sob a ótica da televisão, Lemos (1997) especifica a interatividade nesse meio em quatro níveis de interação fundamentados no avanço tecnológico dessa mídia. Em alguns momentos, acontece simultaneamente interação analógica, que é com a máquina; digital, com o conteúdo; e social, entre os telespectadores e produtores dos programas.

Nível 0: Neste estágio a TV tem apenas imagens em preto e branco e conta com um ou dois canais. A ação do telespectador é limitada a ligar e desligar o aparelho, trocar de canal, ajustar o volume, contraste e brilho.

Nível 1: surge a TV em cores, surgem mais emissoras e o controle remoto. As mudanças permitiram ao telespectador transitar entre os canais e “zappear” com o controle remoto – o “zapping” precede a navegação na web.

Nível 2: Equipamentos como vídeo, videogames ou câmeras portáteis são acoplados à TV. O telespectador se apropria do objeto televisão, por meio das novas tecnologias, podendo também gravar conteúdos e jogar, e das emissões, pode gravar e assistir programas e assisti-los e revê-los quando quiser, “instituindo uma temporalidade própria e independente do fluxo das mesmas” (LEMOS, 1997, p. 2)

Nível 3: Surgem os primeiros sinais de interatividade de cunho digital. É possível que o público interfira no conteúdo emitido, por meio de telefone, fax ou emails. É o caso do programa ‘Você Decide’ da Rede Globo, que oferecia opções pré-definidas aos telespectadores que decidiam o final por telefone (caso de interação reativa). Um caso análogo é o programa Bom dia Mulher, da Rede TV!. Nele a apresentadora Olga Bongiovanni tira as dúvidas enviadas pelos telespectadores por e-mail (interação mútua, com alto grau de flexibilidade).

Nível 4: O telespectador pode escolher o ângulo e câmera e vários encaminhamentos das informações. Esta é a fase da chamada TV interativa que a partir da rede telemática permite aos usuários fazer intervenções no conteúdo. Desta maneira, para Lemos (1997), a interatividade digital está ligada às novas mídias e especifica-se pela interação com o objeto, como acontecida nas mídias tradicionais, e com o conteúdo. Logo, na caracterização do desenvolvimento da interatividade na televisão feita por Lemos (1997), a interatividade digital desponta apenas em situações em que o telespectador tem a chance de interferir na programação das emissões, ultrapassando a interação analógica-mecânica acessível até então.

Para Lemos (1997), no nível 4 o telespectador deixa de ser apenas um receptor de conteúdo e passa ter controle sobre a programação. Teoria que é contestada por Montez & Becker (2005) que afirmam que os usuários apenas reagem aos impulsos pré-estabelecidos pelos transmissores e isso não seria TV interativa, uma vez que vai de encontro a característica “não-default”. Os dois autores defendem que no estágio 4 a TV ainda é reativa, e que seriam necessários pelo menos mais três níveis de interatividade para torná-la pró-ativa.

Nível 5: o telespectador pode ter uma presença mais efetiva no conteúdo, saindo da restrição de apenas escolher as opções definidas pelo transmissor. Passa a existir a opção de participar da programação enviando vídeo de baixa

qualidade, que pode ser originado por intermédio de uma webcam ou filmadora analógica. Para isso, torna-se necessário um canal de retorno ligando o telespectador à emissora, chamado de canal de interação.

Nível 6: a largura de banda desse canal aumenta, oferecendo a possibilidade de envio de vídeo de alta qualidade, semelhante ao transmitido pela emissora. Dessa forma, a interatividade chega a um nível muito superior a simples reatividade, como caracterizado no nível quatro, de (LEMOS, 1997).

Nível 7: neste nível, a interatividade plena é atingida. O telespectador passa a se confundir com o transmissor, podendo gerar conteúdo. Esse nível é semelhante ao que acontece na internet hoje, onde qualquer pessoa pode publicar um site, bastando ter as ferramentas adequadas. O telespectador pode produzir programas e enviá-los à emissora, rompendo o monopólio da produção e veiculação das tradicionais redes de televisão que conhecemos hoje (MONTEZ E BECKER, 2005, p. 36).

Para que os níveis de interatividade propostos por Montez e Becker (2005) sejam viabilizados na práxis televisiva Tourinho (2015) chama a atenção para o fato da necessidade da figura de um canal de retorno. De acordo com o autor esse retorno poderia ser por cabos, telefonia celular ou fixa, rádio, ou até mesmo PLC (Power Line Communication), que garante a transmissão de dados utilizando a rede elétrica. No caso específico da televisão, todo o discurso é amparado por alguma forma de tecnologia, fazendo com que toda e qualquer linguagem textual da TV esteja sempre relacionada à engenharia. O que pode variar é o objeto tecnológico mobilização na produção/emissão, ou mesmo no consumo televisivo.

Em algumas situações, a tecnologia é de uso intenso para viabilizar ações comerciais (telecompras), técnicas (ligar ou desligar o aparelho) ou de entretenimento (jogos, por exemplo). Em outros casos, especialmente presentes no telejornal, a tecnologia pode ser “apenas” a mediadora que permitirá chegar à casa do telespectador o estímulo para uma participação “política” que requeira a sua opinião, sugestão ou intervenção, através do voto numa enquete ou em outra forma de compartilhamento de poder. Situações como estas últimas poderão estar presentes no texto e no contexto, como as deixas simbólicas presentes no discurso não verbal do pivô ou repórter (um gesto de mão, uma expressão, um sorriso) (TOURINHO, 2005, p. 150)

Pode-se considerar que a TV Digital Interativa (TVDI) é o efeito da ligação tecnológica televisual, analógica e digital, com a computação, conectada à internet. A principal característica desta mídia é a bidirecionalidade. Por intermédio da TVDI o operador fala com a máquina entregando e obtendo informações de diferentes maneiras, seja ela escrita, gráfica, visual ou falada (FEITOSA, ALVES, MACHADO FILHO, 2009, p. 11).

2.2. Interatividade na TV digital

Após algumas definições sobre o que vem a ser interatividade, definir a TV interativa torna-se uma tarefa menos árdua. Mesmo que ainda não haja consenso entre todos os autores sobre o termo interatividade, um aspecto praticamente uniforme passa a ser considerado: a televisão deixa de ser um meio fechado, unidirecional.

Desde que nasceu a televisão experimenta transformações sucessivas e apresenta, cada vez mais, possibilidades aos usuários. No começo apresentava uma ou duas opções de canais, em seguida as possibilidades aumentaram. Entre tantos avanços, vieram o controle remoto e a abertura para participação dos telespectadores, por exemplo.

Considerando os níveis de interatividade apresentados já apresentados neste capítulo, Montez e Becker (2005) explicam que no instante da mudança do nível 4 para o 5, ou seja, da TV reativa para a TV interativa propriamente dita, o usuário passa a contar com um meio de interação para se dirigir diretamente à emissora, o que permitiria, ao menos potencialmente, que ele deixasse a inércia na qual estava sujeito desde o nascimento da televisão. “O telespectador começa a tomar um papel ativo diante da TV, interrompendo a unidirecionalidade do veículo. Duas mudanças importantes na própria concepção do media televisão, que representam uma verdadeira revolução na teoria televisiva” (MONTEZ E BECKER, 2005, p. 39).

Crocomo (2004) explica que a TVD interativa é a junção da TV tradicional com a força da internet por meio do incremento de elementos interativos a programas de TV tradicionais. O pesquisador expõe que a interatividade pode até sofrer alterações de programa para programa, no entanto, o telespectador poderá conseguir informações sobre o produto que está assistindo, realizar votações, encaminhar mensagens para os apresentadores ou até mesmo se posicionar diretamente em relação ao entrevistado de um *talk show*, por exemplo. “A Televisão Digital Interativa permite que o telespectador possa interagir com uma aplicação que é entregue em complemento ao sinal de televisão, através de uma rede digital, que pode ser satélite digital, cabo digital ou digital terrestre”. (CROCOMO, 2004, p. 61).

Na visão desse autor a internet¹³ é uma das principais referências quando o assunto são as transformações na televisão. Sendo assim, os recursos mais notáveis na delimitação da interatividade na TV digital são as informações acessíveis para o telespectador na tela do televisor – quando por ele solicitadas – com apenas um clique no controle remoto, e não no mouse. Os blocos de textos informativos podem ser a escalação de um time que está prestes a entrar em campo, a sinopse de um filme, ou até mesmo alternativas de compra de pizza pelo controle remoto.

Na TV analógica a interatividade não é possível por motivos técnicos. Sendo assim, o único modo que o telespectador tem para interagir com o transmissor é utilizando um terceiro meio de comunicação, entre eles o telefone e o e-mail. O controle remoto também é uma ferramenta de interatividade na TV analógica, no entanto, permite ao usuário apenas mudar de canal quando o que está sendo exibido por determinada emissora não o agrada.

Assim sendo, a interação entre o usuário e o transmissor ocorre exclusivamente por intermédio do próprio aparelho receptor, proporcionando a ele ligar, desligar, trocar e trocar de canal.

O fato de a TV Digital ter a promessa de quebrar paradigmas e tirar o usuário de uma condição de passividade e dar a ele um papel ativo e quebrar a unidirecionalidade do meio, significa a emergência de uma nova mídia, com atributos particulares, *sui generes* à sua natureza tecnológica. “A TV interativa não é uma simples junção ou convergência da 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 hoje e a navegabilidade da internet”. (MONTEZ E BECKER, 2005, p. 39).

A TV Digital alterou a lógica do relacionamento entre os telespectadores com o aparelho, rompendo o modelo Emissor-receptor. Na medida em que a TV Digital amadurece, a tendência é que os níveis de interatividade sejam disponibilizados. Tourinho (2005) observa que nessa nova era os antigos telespectadores tem atribuições importantes, precisando deixar de ser apenas consumidores para assumir papéis de usuários ativos da notícia. “Um cidadão informado não fica à espera de mais do mesmo. Tem de exigir melhor e tomar parte numa conversa mais alargada. Perderemos muito se tal não vier a acontecer”. (TOURINHO, 2015, p.155).

¹³ Vale explicar que a referência à Internet dá-se apenas em relação à similaridade no modo de navegar nos links que ficam sobre a imagem durante a programação. Utilizar a Internet propriamente dita é outra opção na TVDI. (Crocomo, 2004, p. 61).

A TV Digital Interativa acaba aprimorando a oferta de serviços, em um processo de evolução que procura o envolvimento da audiência. Diversos pesquisadores e instituições vêm desenvolvendo estudos na associação de aspectos equivalentes de ferramentas e aplicações que definam, senão a concepção de TV interativa, ao menos o alcance da mídia. Apesar da amplitude de sentido embutida na expressão TVD interativa, é possível categorizar toda variedade de informações associada ao termo em sete grandes grupos (MONTEZ E BECKER 2005; TOURINHO 2015; CROCOMO, 2004), que serão descritos a seguir.

TV avançada (Enhanced TV): Oferece aos usuários informações adicionais sobre os programas que englobam texto, vídeo e elementos gráficos, entre eles fotos e animações. Há informações sobre os produtos que os personagens estão usando e dão opções de aquisição por intermédio do e-commerce. Neste caso, a diferença substancial para a TV analógica está exatamente na integração desses elementos e na melhoria da qualidade do vídeo e do som. O monitor também passa a ter resolução de tela de cinema deixando a antiga proporção 4:3 e assumindo a de 16:9.

Internet na TV: Usando o próprio aparelho de TV, os usuários passam contar com acesso à internet e todas suas funções. Os programas de TV disponibilizam opções de interatividade que funcionam da mesma forma que no computador. Isso é possível a partir do desenvolvimento da Smart TV, que colabora para transformar a mídia em um grande terminal que converge ofertas da TV e da internet. “Conectada à web, a Smart TV agrega um novo papel na vida do telespectador e integra-se ao ideal da televisão interativa absorvendo para si a responsabilidade de oferecer um canal de retorno ao utilizador participativo” (TOURINHO, 2015, p. 175).

TV individualizada: O usuário tem mais liberdade de escolha e pode selecionar o melhor ângulo de câmera nas transmissões televisivas, personificar a interface, por meio da organização das janelas, ou escolha de cores e fontes. Neste caso também existe a possibilidade de repetições de cenas que foram perdidas, por exemplo, em eventos esportivos.

Vídeo sob demanda do inglês *video on demand* (Vod): Permite ao usuário assistir o programa na hora que quiser, sem se prender ao horário em que a emissora realiza a transmissão. Por exemplo, o telespectador que perdeu algum capítulo da novela basta acessar o banco de dados e assistir. Utilizando somente um controle remoto ou mouse, os usuários podem acessar essa espécie de “videolocadora” no horário que

julgar pertinente. “A emissora pode disponibilizar toda grade de programação, com exceção dos programas ao vivo, para serem assistidos em qualquer horário” (MONTEZ E BECKER, 2005, p37). O vídeo sob Demanda não deve ser confundido com o *pay-per-view*, quando os programas são ofertados por determinado período diante de pagamento das sessões.

O caso do *pay-per-view* trata-se do Near vídeo on Demand (NVoD) “vídeo quase a pedido” que também permite ao usuário selecionar o que quer assistir, no entanto, dentro dos horários estipulados pela emissora de televisão. Ao realizar o pagamento, o telespectador obtém uma chave para acessar o programa.

Personal video recorder (PVR): A televisão personalizada, também conhecida como Personal TV ou Digital Video Recorder (DVR). O telespectador pode gravar digitalmente qualquer programa oferecido pela emissora, apenas precisando os dados relacionados ao horário, assunto, ator, entre outros dados relacionados a filmes ou outras atrações da televisão. Na Televisão personalizada outras facilidades como pausar a reprodução de um programa, mesmo que ele seja ao vivo, e retornar ao mesmo ponto onde estava, inclusive pulando todos os comerciais, também é possível. Para que o serviço seja viabilizado é necessária a existência de um set-top Box ou com disco rígido no Personal Vídeo Recorder (PVR)¹⁴, onde fica armazenado o vídeo, que eventualmente pode ser redistribuído posteriormente pela internet. No Brasil, atualmente o equipamento atualmente é disponibilizado pela Sky¹⁵.

Walled garden (Jardins Murados): É um portal contendo um guia interativo que garante ao usuário acesso à telecompras, jogos e e-mails. São serviços fechados que esclarecem o usuário sobre como realizar as aplicações, além disso, funciona como canal de entrada para as mesmas.

Console de jogos: Permite que a TV seja utilizada para jogos, onde os adversários podem ser a própria TV, o computador, ou outros jogadores conectados em rede. Um exemplo dessa possibilidade é o sistema Kinect (Xbox 360, da Microsoft), lançando em 2010. Por meio de uma barra posicionada rente a televisão, o sistema

¹⁴ Personal Video Recorder (PVR) – Um receptor (ou URD) de TV digital interativa que permite gravar programas de TV num disco rígido. Alguns equipamentos chegam a gravar 50 horas de vídeo. O acesso aos títulos é na tela com navegação e possibilidade de programação. (CROCOMO, 2004, p. 159).

¹⁵ Serviço oferecido pela Sky, que faz transmissões através de satélite. É o Sky +. Para acessar esse serviço é preciso comprar uma URD especial, vendida em 11 agosto de 2004 por R\$ 1.599,00 para assinantes novos. A URD normal era vendida em média a R\$ 470,00. Na época do lançamento, a imprensa divulgava a novidade e a possibilidade de se chegar a 50 horas de gravação num disco rígido de 80 GB. (CROCOMO, 2004, p.66)

percebe a localização e a movimentação dos jogadores mediante os sensores de profundidade e gravadores. Além do movimento, o console já é capaz de medir as batidas do coração dos participantes. Os jogadores podem competir contra o aparelho, com outro usuário no mesmo espaço físico, ou até mesmo online com competidores de qualquer parte do mundo. Essas tecnologias começam a ser inseridas nos aparelhos de televisão, “transformando-os em um sistema de entretenimento, mais inteligente e social”. (TOURINHO, 2015, p. 203).

2.3. Tecnologia e serviços interativos

Para que seja possível a interatividade na TV digital é imprescindível o uso de computadores na recepção do sinal da TV. Por isso, tanto o aparelho de TV, quando uma simples caixinha conhecida internacionalmente como *set top box*, são computadores razoavelmente potentes. Esse dispositivo já vem nos televisores mais modernos ou podem ser instalados à televisão analógica, convertendo os sinais digitais para serem assistidos nas TVs convencionais. O *set top box* ou Unidade Receptora Decodificadora (URD) é um computador que vai permitir a interatividade entre o telespectador e os serviços oferecidos.

Segundo Crocomo (2004) graças ao *set top box* é possível acesso as promessas da TV Digital interativa como acesso as informações adicionais, além da programação normal, compras pela TV ou participação em programas. “Com a URD vai ser possível receber o sinal e retornar com informações, como, por exemplo, quando se responde a uma pergunta”. (CROCOMO 2004, p.56)

Além da transmissão de áudio e vídeo, esse sistema é um dos responsáveis pela colocação de dados e outros elementos que possibilitam a interatividade. “As fontes passam pela multiplexação¹⁶ de sinais e daí são transmitidas”. (CROCOMO 2004, p.58)

Segundo o autor:

Para criar um programa de TV Interativa, junta-se os dois mundos: existe a edição de vídeo (como no caso do vídeo analógico), acrescentando-se a isso a parte interativa propriamente dita. Criar essa parte interativa é como criar páginas para a web - aliás, existe um esforço em nível mundial para que sejam criados padrões e ferramentas nesse sentido. (CROCOMO, 2004, p.59)

¹⁶ Na telecomunicação, a multiplexação é uma técnica que consiste na combinação de dois ou mais canais de informação por apenas um meio de transmissão usando um dispositivo chamado multiplexador.

Montez e Becker (2005) definiram as etapas mais relevantes de processamento do sinal em um *set top Box*. Esse processo por ser percebido na figura a seguir.

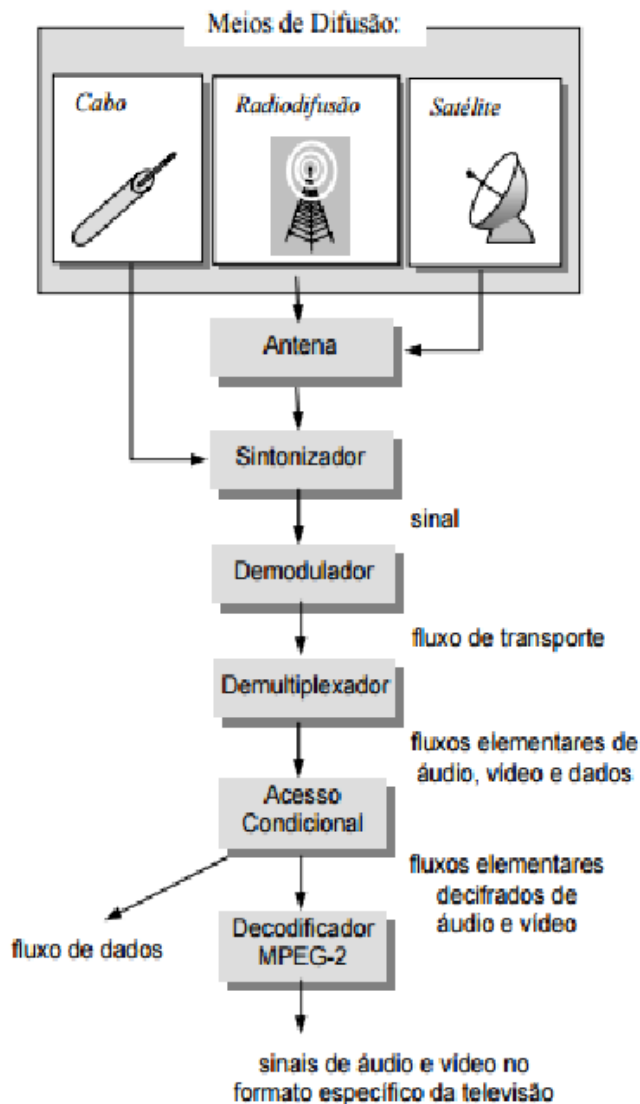


Figura 2 - Etapas da recepção (Fonte: Montez e Becker,2005)

Os autores explicam que o sintonizador digital é o primeiro elemento que processa o sinal que é recebido. Ele também está incumbido de realizar a captação correta do sinal difundido, “que passa pelo demodulador, responsável pela extração do fluxo de transporte MPEG-2. O fluxo é carregado através do demultiplexador, que extrai todos os fluxos elementares”. (MONTEZ E BECKER, 2005, p. 79).

Para os pesquisadores caso haja necessidade e o receptor tenha concessão de acesso, outro sistema de acesso decifra os fluxos elementares, antes de enviar os fluxos de áudio e vídeo para o decodificador, que faz a conversão para os moldes pertinentes de exibição utilizados pelo equipamento de TV.

Já para que os usuários tenham acesso a serviços interativos ou até mesmo à navegação na internet, os set top boxes têm aptidão de processamento. Sendo assim, esse equipamento apresenta diversas características pertinentes ao universo da comunicação, “tais como CPU, memória, modems, para utilização de um canal de retorno, discos rígidos, para armazenamento de dados, e leitores de smart cards, para permitir controle de acesso de telespectadores” (MONTEZ E BECKER, 2005. 80)

Apesar de mais simples que os encontrados nos computadores tradicionais, os set top boxes também são controlados por elementos gerenciadores de dispositivos (*device drivers*) de sistemas operacionais. Os códigos normalmente são memorizados em ROM (*Read Only Memory*).

Apesar do lançamento da TV Digital no Brasil ter se dado em 2007, o design técnico dos set top Boxes que saíram da fábrica naquele ano não permita nenhum tipo de interatividade digital. Segundo Tourinho (2015) isso aconteceu “devido a uma ausência de pressão governamental para que sistemas já desenvolvidos por pesquisadores brasileiros (como o *middleware* Ginga) fossem obrigatoriamente incorporados pela indústria” (TOURINHO, 2015, p.168).

É fundamental frisar que a interatividade é possível apenas se o receptor contar com o Ginga, do contrário, o procedimento é inviabilizado. O Ginga é um software livre, sem pagamentos de *royalties*, que fica instalado entre a plataforma de hardware e o sistema operacional.

Por meio do Ginga, os usuários da TVD têm acesso potencial a informações e serviços interativos, além de efetuar compras e fazer transações bancárias, utilizando somente a televisão. No entanto, poucos recursos são adotados pelas emissoras de televisão no Brasil, conforme abordado por especialistas na Campus Party Brasil, em 2012. De acordo com o doutor em TV Digital, Valdecir Becker, as emissoras de televisão utilizaram somente 20% da capacidade de interatividade que o ginga pode proporcionar¹⁷.

¹⁷ Disponível em: <http://tecnologia.ig.com.br/emissoras-usam- apenas-20-dos-recursos-de-interatividade-do-ginga/n1597621917140.html>

As aplicações interativas elaboradas para o Ginga deveriam ser transmitidas pelas redes de televisão juntamente com o sinal da TV Digital, ou são disponibilizadas via loja virtual, acessada pela própria televisão utilizando a internet.

O software Ginga é subdividido em dois subsistemas primordiais ligados, que garantem o aprimoramento dos aplicativos, levando em consideração dois modelos de produção diferentes. Mascarenhas (2009) explica os dois subsistemas:

Esses dois subsistemas são chamados de Ginga-J (para aplicações procedurais Java) e Ginga-NCL-Nested Context Language (para aplicações declarativas NCL). Ginga-NCL é o subsistema Ginga para exibição de documentos NCL e foi desenvolvido pela PUC-RJ visando prover uma infra-estrutura de apresentação para aplicações declarativas escritas na linguagem NCL.

A linguagem JAVA foi desenvolvida na década de noventa e se popularizou juntamente com a internet e, em seguida, com os aplicativos desenvolvidos para celular. São feitos em JAVA, ou com base nesta linguagem, a maioria dos jogos que podemos ter nos celulares, por exemplo. Suas principais características, e que vem a influenciar a TV Digital, são: portabilidade, orientação do objeto, facilidade na criação de códigos estruturais e possibilidade de aplicativos que funcionem em rede.

A segunda linguagem de sustentação do Ginga, o NCL, é de aplicação XML com facilidades para a especificação de aspectos de interatividade, sincronismo espaço temporal entre objetos de mídia, adaptabilidade, suporte a múltiplos dispositivos e suporte à produção ao vivo de programas interativos não-lineares. O GINGA-J provê uma infra-estrutura de execução de aplicações Java e extensões especificamente voltadas ao ambiente de televisão.

Em junho de 2015 o ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) fez algumas alterações no Processo Produtivo Básico (PPB)¹⁸ para fabricação de aparelhos de TV no país. Com as modificações, pelo menos 90% dos televisores feitos no país deverão sair de fábrica com capacidade de realizar aplicações interativas radiodifundidas, seguindo as especificações da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

A resolução prevê que os recursos interativos relacionados ao *middleware* interativo (Ginga) devem permitir o acesso das aplicações aos canais de comunicação. Além disso, esses recursos devem ser instalados, pré-configurados e habilitados de fábrica.

Antes dessa mudança legal, Valdecir Becker já avaliava que “as emissoras estão utilizando o Ginga e produzindo para ele”, no entanto, o conteúdo atual é rudimentar demais em relação ao que a tecnologia pode oferecer “limitando-se basicamente a

¹⁸ Diário Oficial da União, Ministério de Desenvolvimento, Industria e Comércio Exterior (MDIC).

Disponível em:

<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=01/06/2015&jornal=1&pagina=87&totalArquivos=156>

informações complementares a programação como tabelas, fotos, sinopses e enquetes, nada muito complexo”. (BECKER, 2013, F:4).

No mesmo ano, em entrevista à Folha de São Paulo, um dos criadores da plataforma, Luiz Fernando Gomes Soares, da PUC – Rio, afirmou que o futuro do Ginga dependia muito da postura dos radiodifusores, pois haveria então pouco investimento na produção de aplicativos para interatividade (FOLHA DE SÃO PAULO, 2013, F:4)

Becker acreditava que o uso do Ginga pelas emissoras até cresceria, mas de maneira limitada. “Há outras tecnologias muito melhores para a interatividade, mais acessíveis e fáceis de usar (...)”(Folha de São Paulo, 2013, F:4). Para o autor, “a interatividade está acontecendo de fato via segunda tela”, ou seja, via dispositivos móveis.

Ainda neste capítulo iremos apresentar algumas experiências de interatividade que utilizaram o Ginga. No entanto, neste momento, na tentativa de compreender melhor como se dá a interatividade na programação da TV aberta brasileira, apresentaremos a relação de algumas possibilidades de tecnologias que podem ser utilizadas como ferramentas de interatividade.

2.4. Convergências das mídias e a interatividade na TV Digital

Ao referir-se sobre o desenvolvimento das pesquisas de digitalização do sinal de transmissão das emissoras de TV, Dizard (2000) diz que, isso aconteceu frente ao amadurecimento da internet e a concorrência de empresas de telefonia, que aspiravam ingressar no mercado de transmissão de vídeo por meio das redes telefônicas. Diante desse cenário, o autor aponta duas opções para as empresas de mídia: “Podem abraçar as novas tecnologias de mídia como uma extensão (ou substituição) das suas atuais operações, ou aperfeiçoar seus produtos atuais para torná-los competitivos em um mercado mais acirrado” (DIZARD, 2000, p.46). Os dois caminhos podem ser seguidos, ou apenas um deles, no entanto, qualquer uma das escolhas envolve transformações maciças no atual padrão de mídia.

Para Tourinho (2015) a inserção da tecnologia digital e a convergência das mídias (telefonia e a Internet) possibilitam “o surgimento de novos vínculos de consumo a partir de um “novo fazer”: narrativas transmediáticas, lógica colaborativa

com o telespectador, interações diversas” (TOURINHO, 2015, p.77). A partir do momento que a internet criou um meio que é essencialmente interativo aflorou-se a convergência dos meios de comunicação.

A internet é, sem dúvida, uma das tecnologias que mais contribuíram com as mudanças na televisão. A nova mídia alterou a lógica de distribuição e consumo de vídeos e proporcionou a interatividade com a audiência.

Sem dúvida, a maior influência foi o surgimento da Internet como uma nova plataforma de distribuição e consumo de vídeo. Isto gerou novos hábitos de consumo deste tipo de conteúdo e está provocando uma migração da audiência afetando tanto a televisão tradicional quanto outros suportes de recepção (...) (SALAVERRIA, 2008 *Apud* MIRANDA E RIOS, 2011, p.3).

O advento da internet propiciou a participação de cidadãos de todo o mundo em diferentes meios midiáticos. As possibilidades técnicas e sócio-culturais aumentam as práticas comunicativas, que proporcionam uma maior participação dos usuários em diferentes veículos e meios de comunicação. Castells (1999) sugere que a relevância do ciberespaço encontra-se no “surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial que está mudando e mudará para sempre a nossa cultura” (CASTELLS, 1999, p. 414).

Havia um discurso da revolução digital dos anos 90, que propunha que os novos meios eliminariam os anteriores. A criação da internet substituiria as mídias tradicionais, garantido que o consumidor tivesse mais facilidade de acessar conteúdos que mais lhe interessasse (JENKINS, 2008).

No entanto, o surgimento de um novo meio ou tecnologia não supõe necessariamente nem tampouco imediatamente, a suplantação do anterior. E isto por várias razões. Primeiro, porque cada meio ou tecnologia é muito mais que isso. Sua transformação então envolve outros fatores, além dos estritamente técnicos ou instrumentais (GÓMEZ, 2006, p. 84). Desta maneira, as transformações extrapolam os limites da tecnologia e passam a envolver outros aspectos como os da construção dos produtos para cada uma das mídias.

Desse modo, as tecnologias digitais transformaram o modo de ver e de fazer televisão, possibilitando assisti-la nos mais variados suportes: da internet ao celular, do som do carro ao GPS, os quais podem ser classificados, conforme diria o canadense Marshall McLuhan, como “extensões de nós mesmos”. A televisão, agora, acompanha o telespectador que, por sua vez, já pode

colaborar, comentar, opinar e compartilhar mensagens devido à interatividade horizontal proporcionada pela internet. (MARTINS, 2012).

No livro “A cultura da convergência”, Henry Jenkins afirma que a palavra “convergência” é capaz de definir não apenas as transformações tecnológicas, mas também mercadológicas culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. “A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”. (JENKINS, 2008, p.27). De acordo com Jenkins, as funções dos veículos tradicionais de comunicação estão sendo transformadas pelas novas tecnologias, não substituídas.

O americano Wilson Dizard Júnior, especialista em tecnologia e comunicação, aborda na obra “A Nova Mídia – a comunicação de massa na era da informação”, que os veículos clássicos de comunicação, sobretudo a TV, estão sendo constantemente desafiados pela internet e por tecnologias que são capazes de oferecer opções mais amplas de serviços, de informação e entretenimento. “Os meios de comunicação de massa estão entre os vários setores da comunicação que estão sendo transformados pelas novas formas de coletar, armazenar e transmitir informação. O fator comum nessa transição é a mudança para a informação na forma digital.” (DIZARD JUNIOR, 2000, p.24).

Para Dizard Júnior, a convergência dos atuais meios de comunicação é uma tendência inevitável. Neste contexto, as mídias tradicionais manterão suas qualidades, mas terão seus padrões de produção e distribuição de informações reconfigurados com o potencial crescente da nova mídia, não se tratando somente de vender produtos antigos de maneiras novas. O teor e as funções desses produtos também serão afetados.

Segundo o autor, as mudanças de padrão na produção das mídias tradicionais acabam provocando competição na indústria midiática. Desta forma, “os sobreviventes serão as organizações que se adaptarem às realidades tecnológicas e econômicas em transformação”. Já os perdedores, segundo ele, “serão os dinossauros empresariais, grandes e pequenos, que não podem ou não querem mudar – todos os candidatos a fusões, aquisições ou simplesmente à falência” (DIZARD JUNIOR, 2000, p. 22).

De acordo Henry Jenkins (2008), a convergência é assimilada com base na relação que as pessoas passam a ter com as novas mídias – sendo, assim, um processo cultural.

A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas midiáticos, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Meu argumento aqui será contra a idéia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos (JENKINS, 2008, P.28).

Neste cenário, a convergência vai além do fluxo de conteúdos e plataformas de mídia, mas está relacionada “à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2009a, p. 29).

O levantamento realizado no terceiro trimestre de 2015 pela pesquisa Nielsen IBOPE, aponta que o número de brasileiros que residem em domicílios que têm acesso a um computador com internet chegou a marca de 96,1 milhões até o mês de julho do mesmo ano. Deste total, 58,1 milhões utilizaram a internet no computador de casa pelo menos uma vez no mês. Ao ser considerado o total de cidadãos com acesso ao computador com internet também no trabalho, o número sobe para 103,4 milhões (NIELSEN – Ibope, 2015)

Os dispositivos móveis também foram são merecedores de atenção especial na era digital. A mesma pesquisa também apresentou dados sobre o número de pessoas que utilizam os smartphones para acessar à internet. Até o terceiro trimestre de 2015, o número de usuários chegou a 72,4 milhões. Se comparado com o primeiro trimestre do mesmo ano, os números apresentam crescimento de 4%, o seja, cerca de 4 milhões de pessoas a mais em relação ao registrado em marco, 68,4 milhões.

De acordo com Prazeres e Gobbi (2013) “o desenvolvimento tecnológico dos últimos 30 anos transformou os celulares, que no início da década de 90 eram apelidados de ‘tijolões’, em aparelhos pequenos, leves e dinâmicos” (PRAZERES E GOOBI, 2013, p.3). Atualmente, além de servirem para realizar ligações telefônicas sem uma linha fixa, os aparelhos celulares oferecem uma série de outros recursos, como fazer vídeos, tirar fotografias e acessar a internet, por exemplo. As pesquisadoras argumentam ainda que com o desenvolvimento de novas mídias digitais com acesso à

internet e com o processo de digitalização das mídias tradicionais, naturalmente os telejornais, produtos da mídia televisiva, estão passando por mudanças.

Becker (2013) argumenta que graças as novas tecnologias provedoras de conteúdo, entre elas a internet, o telespectador ganhou mais poder para definir suas escolhas. “Se a televisão não atende às suas necessidades ou não oferece conteúdos adequados, ele vai buscar em outro lugar. Isso ficou visível na TV por assinatura, onde telespectadores baixam da internet as séries e filmes que demoram a ser lançados” (BECKER, 2013, p. 16).

Sobre o desenvolvimento da TV, Becker afirma que o telespectador tem exercido papel fundamental por meio da participação, a partir do ponto de vista do produto, que é a programação. Os telespectadores são convidados a interagir.

O autor propõe três fases de interatividade na televisão. A primeira delas, denominada Modelo Analógico, tem como características a procura permanente pela participação dos usuários, mesmo com as barreiras tecnológicas, comparadas ao universo digital e a bidirecionalidade da internet. “A televisão analógica é unidirecional, sem a possibilidade de o telespectador enviar qualquer informação de volta para a emissora de TV pela rede de transmissão. No entanto, isso nunca foi empecilho para que ele não participasse” (BECKER, 2013, p.9).

O segundo momento de interatividade é tratado como Jardim Murado (tradução de Walled Garden), que teve seu ápice na Europa no fim da década de 2000. Este modelo veio da transição da TV analógica para a digital, aqui os receptores contam com o middleware que realiza as aplicações transmitidas pelas emissoras, que encaminham conteúdos extras juntamente com o fluxo de áudio e vídeo. “Trazendo essas diferenças para a reflexão sobre a interatividade na TV, percebe-se que os middlewares são uma tentativa de controle, onde o telespectador tem acesso apenas a poucas informações produzidas por um número limitado de emissoras de TV” (BECKER, 2013, p. 15).

Por último o autor propõe a terceira geração da interatividade, ou a que estamos vivenciando. Devido a dissipação dos dispositivos conectados à internet e o amplo acesso à aplicativos, essa fase chamada de Modelo App, surgiu ainda no final da década de 200 e permanece até os dias atuais. “Smartphones, tablets, netbooks, laptops e até computadores pessoais integram-se aos programas de televisão, recebendo e enviando conteúdos” (BECKER, 2013, p. 16). O pesquisador explica que esse fenômeno pode ser considerado segunda tela, múltiplas telas ou até mesmo tela companheira.

Sobre o “Modelo App” Becker descreve quatro maneiras para que seja feita a interação: (BECKER, 2013, p. 14 – 18)

Recebendo informações. O usuário baixa o aplicativo e tem acesso à informações extras sobre o programa de TV, no entanto, a emissora ou o desenvolvedor comanda a experiência dos telespectadores. Este modelo é bem parecido com o Jardim Murado da TV Digital.

Enviando informações para a emissora. Os usuários participam da programação encaminhando mensagens sobre os assuntos que estão sendo abordados, vídeos, fotos, diretamente para emissora ou para aplicativos específicos. Esses dados muitas vezes são utilizados nos programas ao vivo como forma de dar retorno aos telespectadores. O fato de ler um comentário ou exibir um vídeo provoca uma sensação de fortalecimento da relação, principalmente entre os jovens, que buscam reciprocidade na troca de informações. O autor acrescenta que neste caso, o conteúdo enviado pelos telespectadores também pode ser usado para determinar estratégias sobre o andamento do programa ou, até mesmo, ser cruzado com outros dados para compreender o comportamento dos usuários.

Trocando informações com amigos. A presença das redes sociais no cotidiano das pessoas é indiscutível, muitos vão às redes em uma busca permanente de troca de informações e de relações entre usuários. As conversas e os relacionamentos desenvolvidos nas redes provocam confiança, que em muitos momentos sobressai aos relacionamentos pessoais ou as mídias offline. Sendo assim, muitas vezes as decisões que serão tomadas pelos telespectadores dependerão mais do que dizem as redes as chamadas da televisão. Para Becker, decisões de compra ou a definição de que programa assistir são feitas de acordo com experiências de amigos.

Busca e troca de informações na web e na internet. Muito além dos aplicativos que oferecem oportunidades de conexão aos telespectadores, as aplicações de busca ou os navegadores de internet fazem parte das possibilidades dos dispositivos móveis. Os usuários podem enriquecer suas experiências e tirar dúvidas sobre qualquer assunto fazendo consultas em sites de busca da internet, melhorando assim sua experiência e, portanto, o programa.

2.4.1. Segunda tela

O crescimento do número de smartphones e outros dispositivos móveis com acesso a internet, tem alterado a maneira como os brasileiros e telespectadores do mundo inteiro assistem a programas televisivos. É cada vez mais comum, o telespectador ligar a TV, sentar à sua frente, selecionar o canal e, em seguida, pegar o aparelho de celular começar a fazer comentários sobre o programa que está no ar. (SCHLITTLER SILVA, 2011)

Um estudo feito pelo IBOPE Nielsen Online¹⁹ aponta que pelo menos 76% dos adultos que utilizam a internet no Brasil navegam enquanto assistem TV e, desses, 54% fazem comentários na internet, 30% trocam mensagens de texto e 67% trocam mensagens instantâneas.

O estudo confirmou ainda que os maiores programas de TV tem potencial para provocar grande fluxo de discussões nas redes sociais, que são acessadas por 87% dos internautas do país. O que possibilitou a análise foi uma ferramenta de mensuração de conteúdos em mídias sociais denominada BuzzMetrics. Por meio dessa aplicação, três assuntos relacionados à televisão foram selecionados: futebol, reality shows e novelas. Em todos os casos as discussões ganham força nos momentos em que os eventos considerados importantes pelos usuários acontecem.

Dados similares foram apresentados por uma pesquisa do Google²⁰, de 2015, que identificou que 6 em cada 10 usuários de TV no Brasil utilizam smartphones ao mesmo tempo em que assistem a programação. Traduzindo em números, o estudo mostra que 30 milhões acessam dois tipos de tela (TV + Smartphone) simultaneamente. A esse fenômeno foi dado o nome de “segunda tela”.

Também pode ser considerada segunda tela, aplicações desenvolvidas por produtores de conteúdo para que os usuários pudessem ter um envolvimento mais significativo com seus programas de televisão prediletos. Esta afirmação só é possível porque as aplicações estão associadas com a televisão, que é a primeira tela. De acordo com Filho (2013) essa situação “trata-se de toda uma nova cadeia de valores e serviços que pode ser oferecida paralelamente à programação, e o mais importante, sem competir

¹⁹ Disponível em: <http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/pesquisa-mostra-relacao-da-tv-com-as-redes-sociais>
<http://www.nielsen.com/br/pt/insights/news/2015/Social-TV-um-ponto-de-referencia-para-a-participacao-do-publico-de-TV.html>

²⁰ <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/articles/por-que-mobile.html>

com ela pela atenção dos telespectadores”. O autor complementa ainda afirmando que essa nova configuração passa a ser chamada de "Ecossistema da Segunda Tela" pela 2nd Screen Society, nos EUA (FILHO, 2013, p.2)

Em entrevista ao portal “Olhar Digital”, Gustavo Mills, CEO de uma empresa que desenvolve aplicativos para TVs brasileiras, entre elas as redes de televisão SBT e Band, avaliou que “a segunda tela amplia a experiência com base no conteúdo que você vê na primeira tela. Tem a possibilidade de interagir, navegar, votar, comprar, recomendar, participar com os amigos. A experiência é bem ampla”²¹.

De acordo com Tourinho (2015) as emissoras, atentas a essas questões, iniciaram o desenvolvimento de apps²² que possibilitam uma interface acessível entre o que está sendo transmitido na TV e os gadgets²³.

Através do computador, do smartphone ou do tablet, a audiência interage com o que está passando na TV, busca informações complementares sincronizadas à transmissão e ainda comenta sobre a programação nas redes sociais. Condição que alimenta duas visões: revela que o telespectador já divide com o computador a atenção que dedicava com exclusividade à televisão e confirma a atratividade da TV mesmo para os usuários dos novos media (TOURINHO, 2015, p. 186).

O infográfico abaixo mostra algumas possibilidades oferecidas por meio da utilização da segunda tela:

²¹ Site “Olhar Digital”: <http://olhardigital.uol.com.br/video/36626/36626>

²² Abreviação do inglês “application” – em português a palavra significa aplicativo, programa, software.

²³ Gadgets – equipamento que tem um propósito e uma função específica, prática e útil no cotidiano. São comumente chamados de *gadgets* dispositivos eletrônicos portáteis como celulares, smartphones, leitores de MP3, entre outros.

COMO FUNCIONA A SEGUNDA TELA



Figura 3 - Conteúdos para segunda tela/ Fonte: Estadão

Em entrevista ao Jornal Estado de São Paulo, o professor de novas mídias da Faap e ex-vice presidente de conteúdo da TV Cultura, Eduardo Brandini, afirmou que a interação na TV Digital migrou para os tablets e celulares simplesmente por falta de padronização da tecnologia. Segundo ele, que inclusive esteve envolvido na criação do sistema de segunda tela da TV Cultura, “as emissoras querem as telas limpas. Fizemos vários testes na tela grande, mas não funcionaram porque a experiência do usuário decolou em outros aparelhos”. (ESTADÃO, 2013)

Carlos Pernisa Júnior reforça a percepção de que a segunda tela se relaciona com uma primeira, geralmente a da televisão.

A ideia de segunda tela pode estar associada diretamente ao que vem sendo chamado de TV social – ou social TV. [...] a televisão sempre foi social, no entanto, o termo busca definir a convergência entre a televisão e as redes sociais, com ênfase na oferta de uma experiência mais personalizada para a audiência, principalmente no que diz respeito às séries de ficção e aos eventos transmitidos ao vivo (PERNISA JÚNIOR, 2014, p.2)

O autor ainda destaca que a segunda tela pode estar associada ao que é chamado de crossmídia:

Analisando com cuidado, pode-se dizer que há uma ligação entre as duas, mesmo que elas não sejam necessariamente semelhantes. Crossmídia pode ser definida como o uso de um mesmo conteúdo que é repassado em diversos

veículos, com possíveis adaptações a cada um deles – caso muito comum em publicidade. (PERNISA, 2014, p. 2)

Certo é que a televisão, e seu uso em diferentes suportes, sempre provocou discussões e pautou assuntos de rodas de conversas. Segundo Francisco Machado Filho (2013), a oferta de aparelhos de TV, a televisão a cabo e dispositivos móveis com acesso à internet, com preços baixos chegou a provocar a sensação de que a mídia televisão estaria caminhando para a personalização de seu conteúdo. “Mas, se utilizadas de forma estratégica, os dispositivos de segunda tela estão se mostrando muito eficazes em recuperar essa característica social da televisão e o ato de se consumir uma programação televisiva em grupo”. (MACHADO FILHO, 2014, p. 6).

O diretor do Twitter²⁴ no Brasil, Guilherme Ribenboim, afirmou ao jornal Estado de São Paulo que 95% das conversas online sobre TV são realizadas na plataforma, e os assuntos que tem relação com o que está sendo transmitido são os mais comentados. A final da Copa das Confederações realizada em 2013, por exemplo, foi o assunto mais gerou comentários no Twitter a cada minuto. Sendo que a maior parte deles foi realizada utilizando o aparelho de celular, seguido pelo uso do tablet.

Um dado do mesmo ano, divulgado pelo IBOPE²⁵ aponta que a partir de 17 pontos de audiência, cada 5 mil tuítes adicionais sobre um programa geram um novo ponto de audiência.

De acordo com Machado Filho (2013) para que isso aconteça de fato é necessário que o usuário seja envolvido de acordo com as demandas atuais, oferecendo conteúdos em várias plataformas e experiências gratificantes, o que a TV tradicional sozinha não consegue fazer.

2.4.2. Experiências de interatividade na TV brasileira

Apresentaremos a partir de agora alguns exemplos de interatividade na televisão brasileira, desde as interações que aconteciam apenas por cartas ou telefonemas, até a

²⁴ Twitter é uma rede social e um servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, por meio do website do serviço, por SMS e por softwares específicos de gerenciamento.

²⁵ Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/link/ibope-estuda-o-impacto-da-internet-na-audiencia-da-tv/>

interatividade na TV digital, por meio de aplicativos voltados para dispositivos móveis ou do Ginga.

2.4.3. Do analógico ao digital: experiências de interatividade na TV brasileira

No final, o telespectador é quem decide. Em 1992, a Rede Globo lançava seu primeiro programa de teledramaturgia interativa, o “Você Decide”. O final de cada episódio era determinado pelo telespectador, através de votação utilizando o telefone. Depois de contadas partes das histórias, os apresentadores davam as opções limitadas e os telespectadores indicavam qual seria o desfecho da trama.

Um dos seriados de maior duração da TV Globo até o momento, o “Você Decide” teve nove temporadas e 323 episódios, ficando no ar até o ano 2000. O telefone, ferramenta usada para permitir a interação neste caso, foi e continua sendo uma importante ferramenta de interatividade entre os cidadãos e as empresas de comunicação.

Ainda no fim dos anos de 1990, ia ao ar no SBT o programa “Fantasia”. O telespectador podia fazer o cadastramento e concorrer a chance de ser o escolhido para participar dos jogos interativos ao vivo, ou tentar ligar enquanto o programa estava no ar. Quem participava tinha a chance de ganhar prêmios no final.

Em programas como o “Fantástico”, por exemplo, o telespectador participa ao vivo respondendo, via telefone ou internet, as enquetes feitas pelos apresentadores durante o programa. Já naqueles em que há presença de auditório, como o “Tudo é possível” exibido pela Rede Record, o telespectador pode faturar prêmios quando tem a oportunidade de participar, por telefone, de um dos quadros.

Outros exemplos simples de interatividade na TV brasileira, sem necessidade de recursos da TV Digital, são os quadros Vídeo Cassetadas, do programa Domingão do Faustão, da Rede Globo, e o programa “Todos Contra Um”, apresentado por Silvío Santos, no SBT. Ambos dão ao telespectador a oportunidade de encaminhar vídeos que mostrem situações inusitadas e ou/ “cassetadas”.

Atualmente, todos os telejornais, locais e nacionais, têm investido na interatividade com os telespectadores por meio de diversos recursos tecnológicos, permitindo aos usuários encaminhar vídeos, fotografias e texto.²⁶

Mesmo sem muitas opções de recursos modernos de interatividade, o “Globo Rural”, telejornal rural exibido pela TV Globo nas manhãs de domingo, conversa com seu público. As velhas cartas ou os mais modernos e-mails enviados pelos telespectadores ganham formas de reportagens e tiram as dúvidas do público que assiste ao telejornal. Em tom intimista, o repórter utiliza a própria carta do telespectador e/ ou fotos que foram enviadas em anexo para produzir o conteúdo com ajuda de especialistas no assunto.



Figura 4 - Repórter Murilo Zara em reportagem com produtor rural no interior de São Paulo (Fotografia: Reprodução TV Globo)

De acordo com Crocomo (2004) as cartas permitem que o público sem acesso a telefones e ou/internet consigam participar da programação. Elas garantem um retorno próximo dos telespectadores. No entanto, essa forma de interagir com a programação também apresenta deficiências: “dependendo da audiência, é um processo complicado atender a todos, devido ao volume de cartas. Algumas emissoras dão apoio e

²⁶ Mais informações sobre o assunto podem ser vistas em:
<http://www.repositorio.ufpe.br/bitstream/handle/123456789/10895/tese%20fabiana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

esclarecimento direto para o telespectador, caso não seja possível atender durante o programa”. (CROCOMO, 2004, p. 7).

O programa de relacionamentos e de auditório “Jogo da Vida”, da TV Bandeirantes, apresentado por Márcia Goldshmidt, em 2003, também permitia a participação. Mas, para isso, os telespectadores tinham que responder uma enquete pelo “Alô Band”. Na tela aparecia a informação de que para participar, o telespectador pagaria apenas uma ligação local para celular.

Entre outros exemplos de interatividade que foram surgindo ao longo da trajetória da televisão, os que utilizam mais o poder da internet ganharam força. No ano de 2010, a TV Globo, por meio do Jornal Nacional, iniciou um ousado e complexo projeto de cobertura das eleições no Brasil: “O JN no AR”. Liderado por Ernesto Paglia, um grupo de oito profissionais a bordo de um avião “percorreu, em quarenta dias, o país do Oiapoque ao Chuí” ouvindo os desejos, as queixas e os projetos da população.

O formato inovador da cobertura, verdadeiro exemplo de ação interativa, aliou critério de visitas surpresas com modernos meios de informação, facultando aos telespectadores intervir, através do blog e do site do JN no AR, sugerindo temas ou levando a equipe a mudanças de planos (PAGLIA, 2011).



Figura 5 - Blog JN no Ar

Apesar de o destino ser definido por meio de sorteio, levando em consideração uma lista de possíveis cidades e estados, os telespectadores podia entrar em contato por

meio de um blog específico que foi criado para o quadro. Lá o telespectador tinha acesso a conteúdos exclusivos, que não foram ao ar nas reportagens, dar sugestões sobre os próximos destinos, conferir os bastidores das gravações além de fazer comentários.

O Big Brother Brasil, TV Globo, é outro programa interativo que utiliza o telefone e a internet como recursos interativos. Neste Reality Show um, dos mais de dez participantes, deixa o programa a cada semana. Quem decide quem vai e quem permanece é o público, que vota por telefone, internet, mensagens de texto e aplicativos de celular. Além de escolher quem sai, os telespectadores, muitas vezes, definem as regras para a eliminação da semana. Apesar da escolha “estar nas mãos do telespectador”, a emissora é quem apresenta as opções.

No ar desde 2000, ao longo dos anos o BBB foi incorporando novas ferramentas de interatividade com o público. Com a criação de um aplicativo para smartphones, os usuários podem interagir também com outros fãs, receber conteúdos exclusivos, enviar vídeos e ter a possibilidade de vê-lo no ar na TV e na internet, além de participar de jogos, marcar pontos e votar para escolher os participantes que ficam no jogo. Outra opção oferecida pelo programa é participar de uma conversa com os eliminados, via internet, quando o programa acaba.

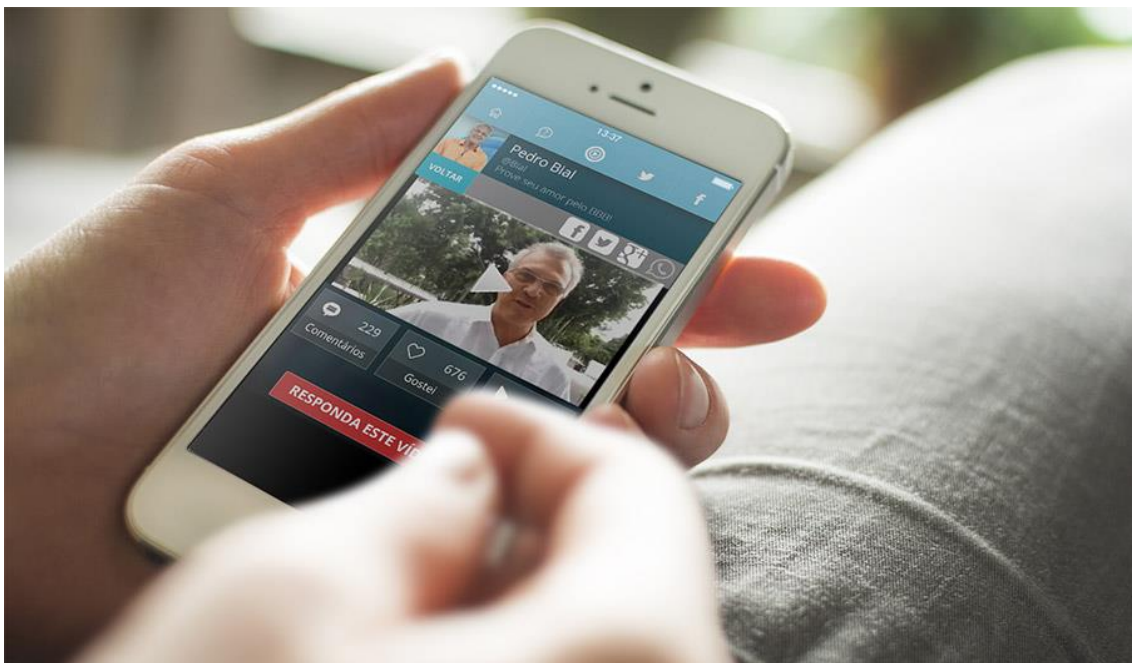


Figura 6 - TV Globo/ globo.com²⁷

²⁷ Disponível em: <http://especiaiss3.gshow.globo.com/bbb/bbb15/app-bbb/>

As emissoras também investiram em experiências de interatividade na segunda tela via smartphones ou tablets. Um exemplo é o aplicativo do Globo Esporte da TV Globo, que é chamado de “Aplicativo Globo” no site do globoesporte.com.

Sobre as possibilidades de interação com o aplicativo a emissora descreve que é possível conversar sobre os programas na área de chat, participar de jogos durante as transmissões de futebol, responder enquetes, assistir replays dos melhores momentos em vários ângulos, conferir estatísticas quando quiser. Buscar informações complementares sobre o jogo como escalação também são possibilidades do App. “O usuário poderá também participar de um chat e acessar informações das redes sociais. O aplicativo é integrado com o GloboEsporte.com através de um botão que permite a navegação no portal”²⁸ (TV Globo).

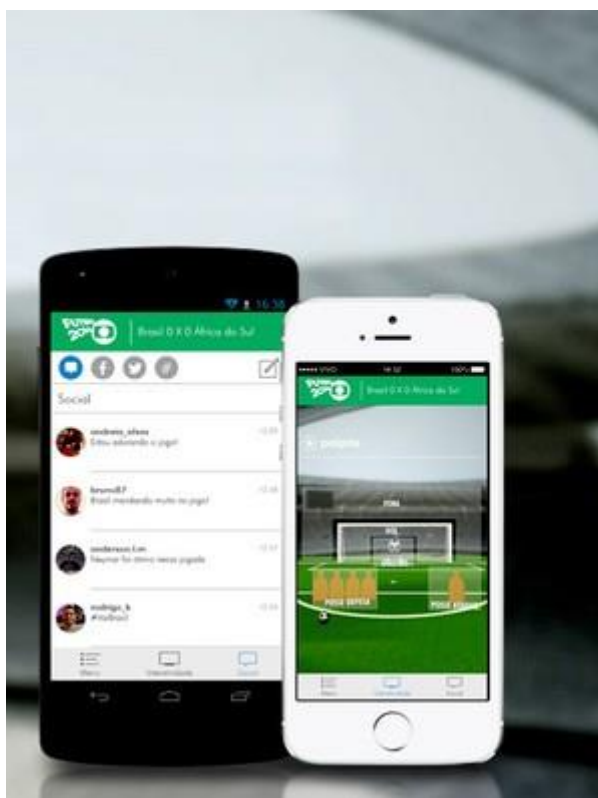


Figura 7 - Aplicativo disponível (Foto: Infoesporte/TV Globo)

Uma proposta parecida é a do “App Band”, aplicativo que permite ao usuário acessar tudo o que mais gosta na programação da emissora, além de reservar uma área pessoal de “favoritos” para acessar mais facilmente o conteúdo que tiver mais interesse.

²⁸ Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2014/04/aplicativo-globo-voce-pode-interagir-se-divertir-e-competir-na-transmissao.html>

O aplicativo pode ser baixado gratuitamente nos smartphone dos telespectadores. A emissora também dá ao usuário a possibilidade de assistir a programação pelo app, rever vídeos que já foram exibidos, obter informações complementares sobre o conteúdo, sempre que estiver ativa a opção segunda tela.

Segunda Tela: nessa área você pode participar de enquetes, ter acesso a informações complementares sobre o que está passando na TV e ver fotos exclusivas dos bastidores. Você também pode conhecer outros fãs no bate-papo e conferir uma seleção de pérolas ditas por apresentadores, repórteres e celebridades.²⁹. (TV BANDEIRANTES)

O aplicativo “App Band” é conectado com as redes sociais da internet e permite ao usuário compartilhar o conteúdo com os amigos.



Figura 8 - Aplicativo “App Band”/ band.com

Os telespectadores também passaram a contar com a possibilidade de interagir com a programação utilizando apenas o controle remoto, por meio de aplicações desenvolvidas para o software, Ginga. A TV Bandeirantes, por exemplo, apostou em aplicativos para o Campeonato Brasileiro, usando o Ginga.

Antes do Campeonato Brasileiro, a Globo também disponibilizou um canal interativo via Ginga para a Copa do Mundo de 2010. A tecnologia não precisava de

²⁹ Disponível em: <http://www.band.uol.com.br/segundatela/>

conexão com a internet para funcionar, mas precisava dela caso o usuário tivesse interesse em interagir com dados de conteúdos.

A TV Globo também desenvolveu aplicativos interativos para a novela “Ti-ti-ti”, em 2010. Os usuários podiam ter acesso ao perfil dos personagens, à sinopse de cada um dos capítulos e também às enquetes. A aplicação foi apresentada no Congresso Brasileiro de Engenharia de Televisão (SET 2010)³⁰. A interatividade acontecia apenas nos horários em que a telenovela era transmitida.

Quando o telespectador assiste a programação ele identifica que a aplicação está sendo transmitida. Se deseja interagir, ele permite baixar a aplicação para o seu conversor (set-top box) e, a partir daí, pode participar da enquete, respondendo, por exemplo, qual o personagem preferido. Esses dados são enviados para um servidor da Globo, via internet, e o radiodifusor, pelo ar, manda o resultado da enquete para a casa do telespectador, incluindo a sua participação (SET 2010).

A novela Ti-ti-ti também foi a primeira a ser exibida em alta definição no horário.



Figura 9 - Novela Ti-ti-ti / TV Globo

Já o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) apostou em um modelo de interatividade bem diferente das outras emissoras e lançou o “Portal de Interatividade do SBT” que funciona 24 horas.

³⁰ Disponível em: http://www.set.com.br/artigos/ed118/ed118_congresso.htm

A aplicação possibilita ao telespectador assistir à programação da emissora enquanto tem acesso a diversas notícias, tudo isso com apenas um toque no controle remoto. Nesta plataforma não há necessidade que a TV obrigatoriamente esteja conectada à internet³¹.

O portal vai carregar sempre 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. Também teremos bastidores da TV, promoções, visualização dos produtos da SBT Store, Quiz e acesso ao Twitter dos programas do SBT. Se a pessoa conectar o televisor à Internet, poderá ainda participar da programação enviando votos, opiniões, e comentários. Poderá também ter acesso às redes sociais", explica Roberto Franco, diretor de rede e assuntos regulatórios do SBT (PORTAL INTERATIVO SBT)

De acordo com as informações disponíveis no site da emissora todos os serviços que são ofertados no portal de interatividade foram escolhidos por meio de uma pesquisa feita junto ao público do SBT.



Figura 10 - Portal Interativo SBT

Nos telejornais também há espaço para interatividade. Além da participação por meio do telefone e e-mail, por exemplo, as emissoras também disponibilizaram espaços nos sites dos telejornais e aplicativos para participação direta do público. No próximo

³¹ Disponível em: <http://m.sbt.com.br/noticias/8901/SBT-promove-lancamento-de-seu-Portal-Interativo-de-TV-Digital.html#.Vs-OevkrLIU>

capítulo, onde abordaremos as possibilidades do telejornalismo brasileiro no cenário da TV Digital, apresentaremos algumas dessas possibilidades.

3. Potencialidades da TV Digital: As possibilidades para o telejornalismo brasileiro

Os telejornais ainda são o principal produto noticioso da televisão brasileira. Desde a televisão entrou no país, em 1950, os telejornais fazem parte da grade de programação. No entanto, ao longo dos anos, esse produto noticioso passou por diversas transformações que vão da narrativa até a participação do público na construção das edições. Essas mudanças ocorrem por vários fatores, entre eles os avanços tecnológicos, introduzidos pelas próprias emissoras, a chegada da TV Digital, a convergências das diversas mídias, ou até mesmo as inúmeras possibilidades de interatividade que surgiram no decorrer do tempo. Neste capítulo estudaremos como o telejornal está se adaptando a esse novo cenário.

3.1. – Telejornalismo brasileiro nos trilhos da digitalização

Dos antigos instrumentos rudes e pesados, com câmeras que sequer captavam sons até as transmissões em tempo real em alta definição e incorporação de outras inovações tecnológicas, o jornalismo televisivo já passou por muitas transformações. Além dos avanços tecnológicos, o telejornalismo vivenciou no passar do tempo mudanças drásticas na linguagem, no formato e no modo de fazer, como destaca Cárilda Emerim (2015).

Em setembro de 1950, entrava no ar o primeiro telejornal da TV brasileira, chamado “Imagens do Dia”, as transmissões aconteciam com atraso de até 12 horas entre o acontecimento do fato e sua veiculação e as notícias acabavam sendo lidas como nos programas radiofônicos. O programa acabou ficando pouco tempo no ar, cerca de um ano.

Aliás, as características dos primeiros programas noticiosos na televisão do Brasil sofreram fortes influências do rádio. Em junho de 1953 entrava no ar o “Repórter Esso”, que migrou da Rádio Nacional, onde já existia há uma década, para TV. Tourinho (2015) chama a atenção para uma declaração do primeiro apresentador do noticiário, Gontijo Teodoro, que afirmou que “o Repórter Esso sentiu a necessidade de ser TV e não Rádio. Modificou-se, ganhou formato próprio e seguiu a sua trajetória pioneira, refletindo a estrutura do telejornalismo norte-americano (...)” (*apud*

TOURINHO, 2015, p. 119). Nesta época os apresentadores expressavam uma “linguagem e uma narrativa mais televisiva, o texto era objetivo, o apresentador enquadrado em plano americano, e tinha horário fixo para entrar no ar, as 20horas”. (PATERNOSO, 2006, p.37)

Entre os acontecimentos marcantes do período, os brasileiros puderam acompanhar pelo Repórter Esso, em uma transmissão ao vivo, em imagem preto e branco, a chegada do homem a Lua. (COUTINHO, 2003, p.64).

As transformações continuaram. Outros dois telejornais entraram no ar, o Mappin Movietone e Ultra Notícias. Tecnologias como o videotape ou VTs chegaram ao país e passaram a contribuir com o desenvolvimento do telejornalismo. A Rede Globo de Televisão foi a primeira emissora a dispor da tecnologia “com o reforço financeiro e de *know-how* adquirido graças ao polêmico acordo com o grupo Time-Life. (COUTINHO, 2003, p.66) Nas demais emissoras da época a introdução dos VTs aconteceu de maneira gradativa.

Em 1969, chegava à televisão brasileira o Jornal Nacional, o mais antigo telejornal ainda no ar. No decorrer de sua existência, o JN se valeu de diversas inovações e avanços da televisão brasileira. Além de ter sido o primeiro programa transmitido em rede para todo o país, foi o primeiro telejornal transmitido em cores e o primeiro a transmitir imagens internacionais no mesmo dia do acontecimento do fato. Para Coutinho (2003) é possível considerar que, no Brasil, o primeiro o JN foi o telejornal a realizar um salto para uma linguagem audiovisual.

Com o aumento no número de emissoras de TV no país, a partir dos anos de 1980 e 1990, o comportamento dos telespectadores, que mudavam de canal constantemente, fez com que as estratégias de apresentação dos telejornais fossem modificadas no que tange a linguagem, formatos, duração das reportagens e estrutura dos noticiários.

O aumento na oferta de emissoras, que ocorreu mais fortemente nos anos de 1990, estimulou a forte concorrência e intensificou a produção de notícias de caráter exclusivo. Segundo Siqueira (2012), a década de 1990 provocou grandes impactos no telejornalismo. Foi nesta época que as emissoras de televisão deram os primeiros passos para o processo de digitalização, adquirindo equipamentos específicos para o formato digital. Todavia, somente nos anos 2000 o uso desse sistema começou a ser feito de fato, quando teve início a transição do sistema analógico para o digital. “As mudanças

aconteceram tanto no registro de imagem quanto na edição, que deixou de ser “linear” e passou a ser “não-linear”, ou seja, as máquinas analógicas (os videoteipes) foram substituídas por computadores”. (SIQUEIRA, 2012, p. 48).

Existem hoje no Brasil sete redes de televisão, em canal aberto, que transmitem sua programação em rede nacional: Globo, Record, SBT, Bandeirantes, Rede TV, CNT e Record News. “A programação destas emissoras é construída e compartilhada pelas emissoras “cabeças de rede” (sedes dos grupos) e pelas centenas de emissoras afiliadas e retransmissoras regionais” (TOURINHO, 2015, p. 96). Levando-se em conta o faturamento comercial, a Rede Globo ainda é a maior entre as emissoras brasileiras. Pouco mais de 98% do território brasileiro é coberto pela emissora, que atinge 95% da população de 5.482 municípios³². As sete emissoras em questão transmitem telejornais generalistas em rede nacional. (TOURINHO, 2015, p.96).

Tabela 5- *Telejornais que serão objeto de análise empírica na segunda parte desta investigação. Em negrito os principais telejornais das emissoras, exibidos em horário nobre. (Fonte: Tourinho, 2015)

TELEJORNALIS GENERALISTAS EM REDE NACIONAL NO BRASIL			
TELEJORNAL	EMISSORA	PERIODICIDADE	TEMÁTICA
Bom dia Brasil	REDE GLOBO	2ª a 6ª	Generalista
Globo Esporte	REDE GLOBO	2ª a Sábado	Generalista
Jornal Hoje	REDE GLOBO	2ª a Sábado	Generalista
Globo Notícia	REDE GLOBO	2ª a 6ª	Generalista
Jornal Nacional*	REDE GLOBO	2ª a Sábado	Generalista
Jornal da Globo	REDE GLOBO	2ª a 6ª	Generalista
Balanço Geral	REDE RECORD	2ª a 6ª	Generalista
Fala Brasil	REDE RECORD	2ª a Sábado	Generalista
Cidade Alerta	REDE RECORD	2ª a 6ª	Generalista
Jornal da Record*	REDE RECORD	2ª a Sábado	Generalista
Hora News	RECORD NEWS	2ª a Domingo	Generalista
Jornal da R News	RECORD NEWS	2ª a 6ª	Generalista
1º Jornal	BAND	2ª a 6ª	Generalista
Jornal da Band	BAND	2ª a Sábado	Generalista
Jornal da Noite	BAND	2ª a 6ª	Generalista
Leitura Dinâmica	REDE TV!	2ª a 6ª	Generalista
Rede TV News	REDE TV!	2ª a Sábado	Generalista
SBT manhã	SBT	2ª a 6ª / Domingo	Generalista
Jornal do SBT	SBT	2ª a 6ª	Generalista
SBT Brasil*	SBT	2ª a Sábado	Generalista
Jornal da Semana	SBT	Domingo	Generalista
CNT Jornal	CNT	2ª a 6ª	Generalista
CNT News	CNT	2ª a 6ª	Generalista

³² <http://redeglobo.globo.com/TVG/0,9648,00.html>

A substituição de aparelhos analógicos por digitais provocou mudanças nos telejornais no ambiente da convergência com a distribuição multiplataforma dos conteúdos e novas práticas produtivas. Segundo Cirne a digitalização proporcionou o surgimento de um “novo cenário na Comunicação e adotou também inovações no comportamento da audiência, a qual, adquirindo a experiência da interatividade nos novos sistemas, como a internet, passou a exigir mais e cultivar a necessidade de ser mais autônoma e participativa.” (CIRNE, 2010, p.4)

Dominique Wolton (2007) alerta quanto aos riscos de encarar a comunicação de uma maneira reducionista, limitada às técnicas. Segundo o autor, “as técnicas, é óbvio, evoluem, mas não são suficientes para transformar as sociedades” (WOLTON, 2007, p.18). Para o autor, o essencial está “na compreensão dos laços, em maior ou menor grau, contraditórios entre o sistema técnico, o modelo cultural e o projeto de organização da comunicação” (WOLTON, 2007, p. 15) O estatuto da comunicação de uma época seria compreendido por meio desses três elementos.

Siqueira (2012) salienta o fato de que na era da tecnologia digital e da internet, os cidadãos tornaram-se potenciais captadores e emissores, o que transformaria visões antes consolidadas em algumas Teorias de Comunicação e do Jornalismo. Esse processo é facilitado pelas tecnologias digitais, “pois permite que celulares, câmeras fotográficas e *tablets*, por exemplo, sejam fontes de captação onde quer que se esteja, até mesmo nos locais mais improváveis e de difícil acesso” (SIQUEIRA, 2012, p.14).

Diante desse processo de transformação tecnológica, o telejornalismo também tem sofrido transformações para se adaptar ao cenário da convergência e da digitalização. Esse processo é antecipado por alguns autores, como Fernando Crocomo, para quem o “telejornalismo, tal qual o conhecemos hoje, deverá obrigatoriamente incorporar os novos recursos” (CROCOMO, 2007, p. 78). Nessas mudanças, segundo ele, seria necessário compreender profundamente os novos recursos tecnológicos da TV Digital. “E, com essa fusão entre o fluxo de áudio e vídeo (como conhecemos hoje), com a disponibilização de conteúdo em hipertexto e a possibilidade de recursos técnicos interativos, amplia-se, e muito, a possibilidade de acesso à informação.” (CROCOMO, 2007. p.79).

Nesse cenário de alterações, tecnológicas e narrativas, a internet, assim como a interatividade na televisão digital, tem contribuído com a ampliação e as formas de acesso a novos recursos voltados para os telejornais. Segundo Musse esse momento

pode ser bastante proveitoso para que sejam analisados os modos de se fazer TV aberta no Brasil, sobretudo, telejornalismo, na era da instantaneidade e da interatividade.

Existe uma tendência cada vez maior, e, sem retorno, à participação do telespectador/usuário na configuração da programação e na geração de conteúdos, é como se acontecesse uma “customização” da programação, isto é, cada vez mais, pelas possibilidades oferecidas pela tecnologia, os telespectadores querem montar o seu próprio cardápio televisivo, assistir aos programas na hora que bem entendem e, mais que isso, acompanhar a trama de uma forma personalizada, isto é, ter a chance, hoje difundida na web, de “ler” um hipertexto da forma singular, percorrendo seus próprios caminhos e trilhas, de acordo com o desejo e a curiosidade de abrir um link e desprezar outro. (MUSSE, 2011).

Dentro deste contexto de convergência e transformações, as rotinas produtivas dos telejornais também passaram por reconfigurações, “por meio da adoção tecnológica no fazer do telejornalismo” (VIZEU, 2015, p.2). Contudo, para além das mudanças, ainda hoje “o telejornalismo ocupa hoje um lugar central na vida dos brasileiros.” (PORCELLO *in* VIZEU, 2006, p. 13). Iluska Coutinho e Christina Musse, ao analisar o Jornal Nacional e a centralidade do telejornalismo na primeira década do século XXI apontavam que os noticiários televisivos seriam capazes de pautar o tema das conversas cotidianas, de influenciar decisões diversas e até “de construir os desejos que seduzem corações e mentes de homens e mulheres de norte a sul do país.” (COUTINHO; MUSSE, 2009).

O resultado de uma pesquisa feita pela agência de notícias Reuters, da rede Britânica BBC e dos *Media Centre Poll* da Globescan, é citado por Alfredo Vizeu e João Carlos Correia (2008) para explicar a importância da TV e, conseqüentemente, do telejornalismo, que foi apontado por 56% dos entrevistados como principal fonte de informação (SILVA E BARA, 2012, p.08).

Já nos telejornais regionais, o vínculo criado através da notícia é bem específico. De acordo com Coutinho (2008), essa ligação seria potencializada pelas coberturas nesse tipo de programa valorizarem os personagens e conteúdos locais. Nesse contexto, é possível identificar que as notícias também são selecionadas pelo critério de proximidade com o público.

Com material noticioso nacional ou local, e com as potencialidades ampliadas com a digitalização, a televisão pode ser capaz de oferecer ao telespectador formas diversas para a compreensão do mundo em que este está inserido.

3.2. O telejornalismo e as (novas) rotinas produtivas

Com o passar dos anos o telejornalismo vivenciou transformações nos modelos tradicionais de produção, na gestão de conteúdos noticiosos, na comunicação com as novas mídias e dispositivos móveis. Os telespectadores cada vez mais ganharam espaço na programação e foram chamados a intervir nas produções, participando por telefone ou internet, por exemplo. “O comportamento das pessoas está mudando, as sociedades estão mudando, as ferramentas da comunicação, as técnicas jornalísticas e o papel dos jornalistas também estão mudando” (PRAZERES, 2014, p. 99)

Das transformações que acontecem no telejornalismo, parte está relacionada ao fazer notícia e aos critérios de escolhas dos fatos que devem ser noticiados no telejornal. Os critérios adotados para que estes acontecimentos mereçam ser noticiados são denominados de valores-notícia. Vizeu (2013) considera que um fato pode abarcar mais de um valor-notícia tornando maior a chance de ser noticiado. “Esses valores devem constar em todo o processo de escolha e produção das notícias e não são encontrados separadamente em cada acontecimento [...]”. O autor chama a atenção para uma característica relacionada aos valores-notícia que, “enquanto uns são permanentes, outros podem sofrer adaptações e variar de acordo com aspectos sociológicos, culturais, inovações tecnológicas, etc” (VIZEU, 2013, p.402).

Os valores-notícia possibilitam que o trabalho jornalístico seja “rotinizado”, pois na conjuntura do processo de produção, obtém significado e exercem sua função.

Traquina elenca uma série de critérios para seleção do conteúdo que se transformará em notícia, e conceitua noticiabilidade como:

o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, de possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto é susceptível de ser tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável, e por isso, possuindo ‘valor-notícia’ (‘newsworthness’) (TRAQUINA, 2005, p. 63).

Ao apresentar a abordagem do *Newsmaking* no inventário das Teorias da Comunicação, Mauro Wolf (1999) considera que o valor-notícia é elemento fundamental das rotinas produtivas, isto é, “a substancial escassez de tempo e de meios, acentua a importância dos valores/notícia, que se encontram, assim, profundamente enraizados em todo o processo informativo” (WOLF, 1999, p. 218)

As mudanças tecnológicas, que também possibilitaram aos telespectadores a participação nos programas televisivos, também modificaram as rotinas dos jornalistas, no entanto, o papel que esse profissional exerce ao emitir notícias permanece e não perdeu sua força. O que se deu foi o surgimento de um novo agente nesse processo, que não concorre diretamente com o jornalismo, “pois neste setor a seleção do que será ou não transmitido depende, diretamente, do trabalho desempenhado pelos jornalistas”. (SIQUEIRA, 2012, p. 74)

Neste cenário de convergência e avanços tecnológicos estabeleceremos a partir da pesquisa bibliográfica uma rápida discussão que perpassa no contexto das rotinas produtivas nas redações dos anos de 1990 e nas atuais.

Vizeu (2015) aponta uma mudança nas redações dos telejornais. Segundo o autor no início da década de 1990, mesmo com as redações informatizadas e com o início do processo de convergência, cada um dos jornalistas tinha uma função própria, bem definida. Este contexto é chamado pelo pesquisador de “notícias fordistas”, pois as notícias são bem caracterizadas. De maneira geral, o autor explica que a notícia fordista pode ser considerada aquela uniforme e padronizada, concebida em uma redação que aparentava uma linha de produção, com todos os processos e funções fixos.

Neste caso, os jornalistas já sabem exatamente o que fazer quando chegam na redação, as rotinas não mudam muito. A concepção de Vizeu (2015) indica “que a rotinização do trabalho nas empresas jornalísticas aperfeiçoam os modos de produzir a notícia entre os profissionais” (VIZEU, 2015, p. 5).

Diferentemente de hoje, na década de 1990, os jornalistas determinavam algumas categorias noticiosas com as quais trabalhavam na ordenação do cardápio noticioso. Isso também se modificou com a emergência de novas ferramentas tecnológicas e com os telespectadores cada vez mais interativos e exigindo mais. Esses profissionais se organizavam segundo Alfredo Vizeu entre notícias duras, leves, súbitas, em desenvolvimento e em sequência. Além disso,

Quanto às rotinas propriamente ditas os jornalistas também tinham um processo organizado e sistematizado. Constatamos que o dia dos jornalistas era dividido em três fases distintas, mas integradas, interconectadas: 1) a chegada a redação, momento inicial de se inteirar de como o jornal começa a se organizar; 2) meio da manhã, quando os editores de texto já estão editando algumas matérias ou esperando para editar as que estão na rua; 3) o fechamento, já no final da manhã, quando se aproxima a hora do jornal entrar no ar e a correria é geral na redação (VIZEU, 2015, p. 6).

O conceito central do fordismo era a produção em massa voltada para o consumo em massa. Sendo assim, as rotinas produtivas fordistas, observadas nas redações dos anos de 1990, são qualificadas como relutantes à integração nas redações, funcionando como uma “linha de produção noticiosa”. Nesta perspectiva as atividades dos profissionais dentro das redações estavam embasadas no processo produtivo estruturado nos anos 70, onde a rotina e as funções eram bem definidas.

[...] a estrutura da redação era composta por um diretor-regional, um chefe de redação, 12 editores de texto, um chefe de reportagem, quatro subchefes de reportagem, três assistentes de produção e dez repórteres. Os quais possuíam funções e meio de distribuição noticiosa fixa, ou seja, restrito ao meio televisivo: “TV fazia TV” (VIZEU, 2015, p.2)

O modo de organização do processo telejornalístico é impactado por mudanças, sobretudo tecnológicas, em transformações que poderiam ser associadas a “qualquer processo de transição histórica, uma das expressões de mudança sistêmica mais direta é a transformação da estrutura ocupacional, ou seja, das categorias profissionais e do emprego” (CASTELLS, 2006, p.266).

As novas mídias digitais e a digitalização dos meios de comunicação tradicionais permitiram o surgimento de um cenário de convergência. De acordo com Paulo Eduardo Linz Cajazeiras, o centro da convergência “coloca a TV na perspectiva de um futuro inteiramente digital na busca por adaptar-se aos novos hábitos da sociedade” (Cajazeiras, 2014, p.14). Também Vizeu destaca que o processo de convergência oportuniza reflexões sobre as rotinas produtivas flexíveis,

[...] que vêm se reconfigurando, em que o fazer jornalístico é realizado por profissionais polivalentes multimídia e distribuído de modo multiplataforma entre meios televisivos e digitais, flexibilizando como tendência o modelo de produção dos anos 70, observado por nós na década de 90, em uma perspectiva conservadora de uma produção convergente (VIZEU, 2015).

Diante da convergência das mídias, o telejornalismo, principalmente, tem incorporado, cada vez mais, imagens captadas pelas câmeras dos telespectadores (celulares ou câmeras fotográficas digitais), levando em consideração menos a qualidade técnica da imagem e do som e mais a relevância da informação (SIQUEIRA, 2012, p. 130).

Para Vizeu (2015, p.17) essa transmutação provocada pela convergência tecnológica pressupõe a reestruturação do processo produtivo e fazeres jornalísticos, propiciando o nascimento de novas rotinas produtivas, como por exemplo, a distribuição multiplataforma.

Carlos D'Andréa (2012) distingue duas formas de convergência no jornalismo: a vertical e a horizontal. A primeira delas – vertical – é a produção multimídia realizada pelos profissionais da área. Já a horizontal conta com a participação dos cidadãos, que nos últimos anos vem se convencendo chamá-la de “jornalismo cidadão”. Neste sentido, a convergência possibilitaria a interatividade privilegiando a participação dos usuários no contexto da produção de conteúdo, demandando dos veículos de comunicação transformações nas plataformas físicas e na maneira de contar a notícia. Dessa forma potencialmente um jornalismo mais democrático.

Inserido na sociedade, e em suas transformações sócio-econômicas, o Jornalismo como atividade de produção, de conhecimento e valor, sofreu também os impactos da denominada “acumulação flexível”, que aflorou após o declínio do modelo fordista que teve como chancela a severidade no processo produtivo. Esse novo modelo que emerge se ancora na flexibilização dos processos de trabalho, mas também nos padrões de consumo. “Caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, altos graus de inovação comercial, tecnológica e organizacional” (LIMA E BEZERRA, 2010, p.5).

À essa mudança no sistema de produção e gestão de valor, soma-se as transformações da técnica, como a implantação da TV digital, uma das maiores, senão a maior, evolução tecnológica da televisão desde sua criação, nos anos vinte do século passado. Sua relevância suplantaria invenções como o videoteipe, a chegada da cor à imagem, a substituição do filme pelo vídeo. Tanta importância se deve a algumas características interessantes que diferenciam a TV digital do modelo analógico. Ou seja, para entender que imagem é essa que chega à casa das pessoas pelo sinal digital é preciso compará-la com o sinal analógico, padrão de transmissão que reinou absoluto por várias décadas, e que configurava seu modelo de produção próprio. No entanto, o novo cenário apresenta tendências de integração dos meios digitais como veículos e meio e profissionais e fontes. No que refere-se à distribuição, enquanto a distribuição fordista estava centralizada na televisão, o arranjo atual propõe uma maleabilidade entre

o meio televisivo e digital. Já quanto ao Perfil profissional, no sistema fordista a direção empresarial pela polivalência estava diretamente ligada à flexibilização circunstancial temática e funcional. “No modelo corrente, a polivalência passa pela flexibilização de forma estrutural, dos temas e funções dos profissionais nas redações, somado a orientação de naturalização da atuação em variados meios, funções e temas: polivalência multimídia” (VIZEU, 2015, 11).

Essas estruturas digitais oportunizam abordagens que apontam para mudanças no entendimento do telejornalismo contemporâneo. Vizeu (2015) define as rotinas produtivas flexíveis de três maneiras: “a) a integração vertical das redações, por canais digitais de uma mesma rede televisiva; b) distribuição de notícias multiplataformas entre suporte televisivo e mídias digitais, e c) realizadas por profissionais polivalentes multimídia” (VIZEU, 2015, p. 13).

Além da convergência, a digitalização também estimulou a imersão de novos contextos na comunicação e garantiu à audiência interagir com as produções da televisão, sobretudo, por intermédio da internet. Esse processo, que iniciou-se em finais do século passado, foi abordado por Dizard Junior (1998) “os computadores estão obrigando a uma reestruturação maciça dos serviços de mídias antigos” (DIZARD JUNIOR., 1998, p.54).

Para os propósitos desse trabalho ganha especial relevância as mudanças também na captação de imagens, cuja potencialidade informativa será abordada a seguir.

a. – A imagem como elemento informativo

Para que a imagem que chega aos aparelhos de TV de todo o país tenha a qualidade proposta pela TV Digital, foi necessário um longo percurso, que se iniciou com o surgimento da TV, passando pela criação do videoteipe e pela chegada da imagem em cores, por exemplo.

É comum nas transmissões analógicas que as imagens cheguem, em alguns momentos, com contornos borrados, “fantasmas”, chuviscos e ruídos. Na TV digital por sua vez, a tecnologia utilizada garante que a imagem transmitida chegue às residências com elevada qualidade técnica.

Nesta tecnologia os elementos de cada cena, incluindo o som, são transformados em números binários sequenciais compostos por zeros (0) e uns (1), ou seja, a mesma linguagem adotada nos computadores.

Ao falar sobre os valores-notícias, Vizeu (2005) ressalta que a imagem é um elemento de indispensável para o telejornalismo. “[...] a imagem espetacular sempre interessa à televisão. É nesse processo, bem como no da edição, que o mundo é recontextualizado. Os fatos que foram retirados do seu contexto na rua agora são reorganizados de acordo com a lógica de produção do telejornal” (VIZEU, 2005, p. 101).

Um dos aspectos que os editores julgam como fundamental na edição de uma matéria são boas imagens (um incêndio). Imagens boas e fortes. Eles consideram isso imprescindível na edição de uma matéria. Como diz o editor um, nem todo o brasileiro decodifica um texto, mas todo brasileiro decodifica uma imagem. O editor três é ainda mais radical: você vai fazer a matéria de um engarrafamento, aí a imagem mostra os carros circulando normalmente, não tem matéria. A imagem é tudo.

Apesar da qualidade da imagem transmitida ser relevante, Siqueira (2012) chama atenção para outro cenário que se configurou paralelamente ao desenvolvimento da TV, onde os telespectadores também são usuários de tecnologias que possibilitam o registro de imagens por meio de seus dispositivos móveis (celulares e tablets) ou câmeras digitais.

Essas imagens capturadas pelos telespectadores, muitas vezes, são inéditas e registram cenas factuais que não poderão ser refeitas posteriormente, em alta qualidade, pelos cinegrafistas das emissoras de televisão. O telejornalismo, sobretudo, que lida com questões relacionadas a agilidade e precisão da informação, se apropria em diversos momentos de situações como estas para não deixar de noticiar um fato.

Siqueira (2012) destaca que, ainda que tenha um peso significativo na hora de selecionar os assuntos dos telejornais, a qualidade técnica das imagens e do som, como valor-notícia perdeu destaque nos últimos anos. O fato de nunca terem sido exibidas tantas cenas concebidas com aparelhos que apresentam padrões de definição de imagens diferentes das captadas pelas lentes das câmeras das emissoras de televisão é um indicativo de que o interesse que determinado assunto pode provocar ganhou um espaço mais expressivo no processo de decisão do que a própria qualidade técnica da imagem.

Quando essas imagens feitas pelos telespectadores são usadas nos telejornais, comumente são adotadas expressões que justifiquem a

má qualidade técnica do registro (nitidez, enquadramento, foco e cor) e para indicar que a origem do processo é diferente da que os jornalistas estavam acostumados a trabalhar (imagens feitas pelas equipes de reportagem, agências de notícias ou assessorias de imprensa) (SIQUEIRA, 2012, p.140).

A autora defende que os avanços tecnológicos, a oferta de recursos técnicos, a transição do sistema analógico para o digital, as transmutações nas rotinas produtivas e a convergência das mídias contribuíram para o aumento da participação do público na programação. Denominados por Siqueira (2012) como “coprodutores”, esses usuários que encaminham materiais como fotos e vídeos para as emissoras não estariam segundo a autora desempenhando o papel de jornalistas, mas sim de produtores de imagens. Esses novos colaboradores pertencem a diversos setores da sociedade. São “donas de casa, professores, engenheiros, pedreiros, policiais, cozinheiros, etc –, que no dia a dia exercem outras funções, no entanto, eventualmente, captam imagens selecionadas e utilizadas nos programas jornalísticos de televisão.” (SIQUEIRA, 2012, p. 22).

b. – Edição linear e não-linear

Antes da era digital o processo de edição de reportagens pode ser comparado ao ato de redigir um documento em uma máquina de escrever, onde o texto precisava ser rascunhado e editado antes mesmo de ser datilografado. Esse processo é conhecido como edição linear. Já na era digital, temos a possibilidade de escrever e reescrever diretamente em um editor de texto no computador, fazer correções ou alterar a ordem, tudo com a mesma qualidade técnica final. Essa é a edição não-linear.³³

A edição não linear nas redações dos telejornais precede as transmissões da TV digital aberta no Brasil. “Percebe-se que a natureza do digital modifica o fazer e o ser jornalístico, principalmente no uso de vários recursos de edição que antes não eram possíveis porque incompatíveis com o tempo do fazer da notícia televisiva”. (CABRAL, BARROS E VIZEU, 2009, p. 161).

Segundo Crocomo (2004) por mais curioso que pareça, a ideia de não-linearidade na edição vem do cinema, pois as películas podem ser destacadas e montadas na posição desejada pelo editor. O autor explica que a edição por meio dos

³³ Edição linear e não-linear. Disponível em:
<http://g1.globo.com/platb/programaprofissaoreporter/2011/09/01/edicao-linear-e-nao-linear/>

videoteipes foi a responsável pelo conceito de linearidade, colocando um trecho depois do outro, obrigatoriamente. Exemplificando a lógica da edição linear, Crocomo sugere que imaginemos três cenas:

[...] uma do sol, outra da lua e outra de uma estrela. Na edição através dos videoteipes, é preciso escolher qual vai primeiro, se a lua, a estrela ou o sol. A menos que seja substituída uma das cenas por outra com exatamente o mesmo tempo de duração (a nuvem no lugar da estrela, por exemplo), não é possível fazer uma inserção abrindo espaço, ou seja, colocar a nuvem entre a lua e a estrela. Qualquer alteração ou inversão de ordem significará nova edição. Com o cinema, isso não acontece: os pedaços de película que representam as cenas podem ser simplesmente deslocados de um lugar para outro, de maneira não-linear (CROCOMO, 2004, p. 113).

A edição é parte do processo de construção da narrativa audiovisual, que começa com a montagem até dar formato ao produto jornalístico. Essa sucessão de cortes no material bruto acarreta em escolhas, em uma narrativa – em “cortes e emendas” – “em que vamos operar a partir da manipulação e da exploração das imagens, e estabelecer uma narrativa que apresenta uma unidade de modo a manter a atenção da audiência interativa do começo ao fim da reportagem”. (CABRAL, BARROS E VIZEU, 2009, p. 162)

Os dados que chegavam à mesa do editor antes da TV digital dificilmente poderiam ter sofrido alguma alteração, por isso alguns consideram que eles eram mais confiáveis. Já a chegada dos computadores às ilhas de edição fez com que os editores tornassem reféns do que veem. A sequência de zero e um que constitui a TV Digital pode ser facilmente alterada, tornando praticamente impossível perceber as alterações que foram realizadas no material bruto, a menos que tenha sido esse o interesse de quem fez. “As imagens técnicas escondem e ocultam o cálculo (e, em consequência, a codificação) que se processou no interior dos aparelhos que as produziram” (Boni, 2009, p.10).

Sendo assim, ao ter acesso ao material bruto e começar a edição, o editor não consegue precisar até que ponto aquela representação sofreu alterações ou não.

Piveta e Souza (2011) destacam que as mudanças tecnológicas que transformaram as ilhas analógicas em digitais transformaram não apenas a dimensão física, mas também a rotina de trabalho dos editores. O espaço necessário para que uma ilha de edição funcione plenamente concentra apenas uma tela de computador e um mouse. Com isso, o profissional é capaz de iniciar e finalizar a edição de uma

reportagem, fazendo as alterações que julgar necessárias, como cortes, inserção de efeitos, cores, legendas, ou gráficos, a qualquer momento do processo.

Essa edição não linear ganha mais importância face à implantação da TV Digital exige que o editor divida “sua atenção com a imagem e a tão preocupante qualidade delas, que é mais e mais exigida pelos telespectadores e seus enormes televisores de altíssima definição, capazes de detectar qualquer falha na imagem e também de mostrar todos os seus detalhes” (PIVETA E SOUZA, 2011, p.12).

c. – Possibilidade de transmissão pela internet

Com a digitalização do sinal, os telejornais passaram a contar com outras ferramentas de transmissão. Além dos carros de link, utilizados para transmissões ao vivo, a possibilidade de transmitir pela internet, por meio do sinal 4G, também é uma possibilidade para o telejornalismo.

Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) aprovou, em 2013, a Resolução 625 que estabelece as condições de uso para operações de banda larga móvel 4G/LTE*** (*Long Term Evolution*) da faixa de frequência de 700 MHz. O documento condiciona o novo destino e a realização de licitação ao estabelecimento de um regulamento sobre a interferência entre os sistemas de banda larga na faixa de 700 MHz e a TV aberta digital.

Já é comum nas emissoras o uso do ‘mochilink’, um sistema que utiliza a internet, seja wi-fi, 3G e 4G, como meio de transmissão de dados. As imagens captadas pelo equipamento são encaminhadas para emissora, que pode retransmiti-las, em tempo real dentro dos telejornais³⁴.

Por ser um material leve e flexível, o equipamento possibilita a mobilidade dos repórteres dentro das cidades e entradas ao vivo dentro do telejornal de maneira mais facilitada. A TV Fronteira, afiliada da TV Globo no interior de São Paulo, enumerou algumas situações em que o uso do equipamento foi imprescindível. “O ‘mochilink’ já possibilitou, por exemplo, uma entrada ao vivo, na cidade de Euclides da Cunha Paulista, onde houve um assalto a banco e dois caixas eletrônicos foram explodidos. Dois repórteres usaram o equipamento” (TV GLOBO, 2013).

³⁴ Uso do mochilink. TV Globo. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/sp/tvfronteira/noticia/2015/09/tv-fronteira-usa-mochilink-para-transmissoes-em-tempo-real.html>

Em setembro de 2015 o ‘mochilink’ foi utilizado novamente durante a transmissão do telejornal local para mostrar o funcionamento dos semáforos em Presidente Prudente, a equipe de jornalismo circulou pela cidade mostrando como os motoristas estavam se comportando em relação à mudança. Nas entradas o repórter mostra alguns pontos da cidade onde estão instalados os radares e verifica se os motoristas estão respeitando o limite de velocidade estabelecido.



Figura 11 - TV Fronteira, Presidente Prudente / ‘mochilink’

d. – Interatividade no telejornalismo

Diante da nova realidade que se configura graças ao avanço e convergência midiática o espaço dado ao cidadão/telespectador nas produções televisivas, sobretudo, no telejornal local sofreu alterações e abriu caminho para uma lógica comunicacional que não a comunicação unilateral.

Com o espaço conquistado nas redes, o cidadão se aproximou e contribuiu com a produção do telejornalismo, participando com o envio de conteúdos registrados por ele utilizando, por exemplo, câmeras ou dispositivos móveis.

Prazeres e Gobbi (2013) argumentam que “com o desenvolvimento de novas mídias digitais com acesso à internet e com o processo de digitalização das mídias tradicionais, naturalmente os telejornais, produtos da mídia televisiva, estão passando por mudanças”. Desta maneira, o telejornalismo deverá obrigatoriamente incorporar os

novos recursos. Já é possível, por exemplo, encontrar todos os telejornais da Rede Globo na internet com as notícias atualizadas em vídeo e texto. Também é disponibilizado um espaço para interação entre telespectadores/usuários e os produtores dos telejornais.

Além disso, é comum conteúdos adicionais, como bate papo com especialistas, convite para participação de enquetes. Nos sites desses telejornais existe uma área chamada “VC”: VC Bom dia Brasil; Jornal Hoje; Jornal Nacional; Jornal da Globo. Nesse espaço o internauta encontra mensagens como “Mande sua sugestão para o JG” (Jornal da Globo) ou ainda “Mande seu flagrante em vídeo ou foto para o Jornal Hoje” e logo abaixo há um espaço no qual o usuário pode contribuir de diversas formas, seja por meio do envio de vídeos, fotos ou textos. Para poder contribuir com conteúdo o usuário deve fazer um cadastro no site da Globo e então o conteúdo enviado pode ser veiculado no telejornal, no site ou em ambos (PRAZERES E GOBBI, 2013, p.10).

Apesar das ferramentas das quais dispõe os cidadãos/telespectadores, Siqueira (2012) destaca que o papel do jornalista em selecionar e emitir as notícias não perdeu força.

O que ocorreu foi a entrada de um novo agente nesse processo, que não divide espaço em termos de igualdade no telejornalismo, pois neste setor a seleção do que será ou não transmitido depende, diretamente, do trabalho desempenhado pelos jornalistas. Trata-se de mais um agente que tem a possibilidade de atuar no processo que culminará com a emissão, porém de forma específica e monitorada no meio televisivo (SIQUEIRA, 2012, p.55)

No entendimento de Siqueira (2012) apesar do telespectador possui diversas ferramentas que permitem sua participação como coprodutores da notícia, nos telejornais, eles não desempenham a função de jornalistas, mas de produção de informações visuais (fotografias) ou audiovisuais (vídeos). Normalmente, registros de flagrantes, imagens inéditas que complementam o trabalho do repórter ou até mesmo curiosidades.

Uma dessas ferramentas de participação dos telespectadores o aplicativo para smartphone “VC no MGTV”, da TV Integração, afiliada da Rede Globo na Zona da Mata Mineira. Lançado em julho de 2012, o aplicativo permite aos telespectadores enviar, diretamente para a redação de jornalismo, flagrantes de trânsito, problemas de bairros, denúncias, curiosidades e situações relevantes registradas no dia a dia, por meio de fotografias ou vídeos. O conteúdo encaminhado pela população, além de permitir a interatividade dos telespectadores da área de cobertura da emissora com os telejornais, reforça a importância da participação da comunidade na produção de conteúdo local.

Primeiramente, a ferramenta foi desenvolvida apenas para dispositivos móveis com sistema operacional Android. Um ano depois, em 2013, o dispositivo ganhou um novo design e teve lançamento para o sistema iOS. No site oficial da emissora, o diretor de Jornalismo, Paulo Eduardo Vieira, explicou que o objetivo da tecnologia é oferecer um canal rápido e direto, por meio do qual as pessoas possam, com um simples toque, enviar aquilo que é de interesse delas e que afeta a comunidade para dentro do programa de jornalismo da TV.



Figura 12 - Divulgação 'VC no MGTV'³⁵

Uma análise realizada em 2012 se propôs a mensurar o conteúdo produzido pelos telespectadores/internautas, como, por exemplo, fotos e vídeos, para melhor entendimento dos vínculos de pertencimento com o público, por meio da participação do mesmo.

A pesquisa considerou ainda, como estas novas ferramentas de comunicação permitem o fortalecimento dos laços criados com o público, por intermédio da proximidade cidadão/notícia, e como colaboram para a interatividade entre o telespectador e o telejornal, assim como para a narrativa do mesmo.

³⁵ <http://redeglobo.globo.com/mg/tvintegracao/noticia/2014/07/aplicativo-vc-no-mgtv-esta-com-cara-nova-e-novas-funcoes-saiba-mais.html>

O procedimento metodológico desta pesquisa envolveu duas etapas. Na primeira, foi feito um levantamento de dados quantitativos relacionados ao ‘VC no MGTV’, em um período de amostragem de um mês do MGTV1. As edições do telejornal, objeto empírico desta pesquisa, foram analisadas e decupadas. No segundo momento, foi analisado especificamente o conteúdo veiculado no quadro.

Aqui serão apresentados os dados obtidos e as análises realizadas, no entanto, é imprescindível explicar os métodos utilizados para se chegar aos resultados. Uma tabela envolvendo todos os aspectos a serem analisados foi usada como instrumento de orientação para o desenvolvimento da pesquisa.

Foram levantados os seguintes dados em relação ao objeto de estudo: das edições analisadas, em quantas o quadro ‘VC no MGTV’ esteve presente; duração líquida do telejornal; tempo médio ocupado pelo ‘VC no MGTV’; quantificação do conteúdo veiculado nas edições do ‘VC no MGTV’; identificação do material enviado pelo telespectador (visuais, audiovisuais ou textuais); os segmentos em que mais a comunidade busca apoio na mídia e, por fim, de que maneira o conteúdo enviado pela população foi usado no telejornal (off, narração, passagem, nota coberta ou nota pé). Na pesquisa então realizada examinamos 27 edições consecutivas do telejornal. O recorte foi feito entre os dias 15 de abril e 15 de maio de 2014, configurando, desta forma, um mês de análise. Os telejornais foram gravados.

Das edições analisadas, o quadro ‘VC no MGTV’ esteve presente, de maneira aleatória, em dez delas (37%). No entanto, é importante destacar que nenhuma das exibições foi feita aos sábados (o período compreendeu quatro sábados), dia em que o telejornal tem tempo bruto médio de 26 minutos e 16 segundos, menor do que nos outros dias. O tempo médio ocupado pelo ‘VC no MGTV’ nas edições foi de 1 minuto e 42 segundos. Considerando o tempo líquido médio dos telejornais examinados, que é de 38 minutos e 40 segundos, conclui-se que o espaço destinado à participação do público, por meio deste quadro, é de 4,3% do noticiário.

Nas edições analisadas, foram quantificados materiais encaminhados por 21 telespectadores, ou seja, uma média de participação de aproximadamente duas pessoas por programa. Com exceção da participação de um telespectador da cidade de Antônio Carlos, no dia 08 de maio, todos os outros eram de Juiz de Fora. Apesar de existir um aplicativo específico, os conteúdos utilizados nos noticiários do dia 23 de abril e outro do dia 08 de maio, foram enviados pela população por e-mail, conforme anunciado pela

apresentadora. Entre as edições avaliadas, as dos dias 21 de abril e 28 de abril foram as que tiveram a menor participação do público, sendo usado em cada uma delas o conteúdo enviado por apenas um usuário. Nestas edições, o tempo gasto no quadro foi de, respectivamente, 1 minuto e 10 segundos e 1 minuto e 22 segundos, os menores observados no período.

Nos dias 22, 23 e 24 de abril, três pessoas tiveram o conteúdo veiculado no telejornal. Já nas outras edições, foi possível quantificar a participação de, pelo menos, dois telespectadores. O 'VC no MGTV' do dia 24 de abril foi também o que consumiu mais tempo do noticiário, 2 minutos e 12 segundos. Na data, foram veiculados conteúdos de três telespectadores.

No que concerne à identificação do tipo de material encaminhado pelos telespectadores que tiveram seu conteúdo veiculado no telejornal, foi constatado que 13 deles encaminharam apenas fotografias e oito enviaram vídeos.

A análise compreendeu, ainda, os segmentos em que a população mais buscou amparo no noticiário. Os problemas cotidianos nos bairros, como mato alto nas ruas, buraco nas vias, falta de conservação das calçadas e praças, por exemplo, foram os assuntos que mais apareceram no período. Estes casos foram recorrentes em 17 participações, ou seja, 80,9% do total identificado. Três casos são de flagrantes (14,2%). Um deles, exibido em 21 de abril, registrou, por meio de fotografias, os estragos causados pela chuva em Juiz de Fora. Já os outros dois casos, dos dias 24 de abril e 5 de maio, eram referentes a acidentes de trânsito na área urbana do município. Em todo o período analisado, foi feita apenas uma denúncia (4,7%), registrada no dia 7 de maio, sobre um terreno baldio que representava riscos à comunidade no entorno.

Os aspectos sobre de que modo o conteúdo enviado pela comunidade/telespectador foi apresentado no telejornal também foi considerado nesta pesquisa. Em todas as circunstâncias, eles foram exibidos com uma nota coberta. Os problemas/situações expostos pelos telespectadores foram narrados pela apresentadora do noticiário que, após exibição, concluiu todos os casos com uma nota pé, dando, geralmente, uma resposta direta a quem fez o envio.

Em apenas duas das dez edições do 'VC no MGTV', no período compreendido, o conteúdo enviado pelo telespectador tinha ligação com outras pautas do telejornal. Em todos os outros momentos, as imagens foram exibidas isoladamente, dentro do espaço destinado ao quadro. No dia 21 de abril, após mostrar os estragos causados pela chuva,

sob a ótica do telespectador, a apresentadora continuou o assunto, falando a respeito dos problemas enfrentados em outras regiões da cidade. Em seguida, encerrou o bloco com a previsão do tempo para a região naquela data

Já no dia 08 de maio, o MGTV apresentou um VT em que a Prefeitura de Juiz de Fora criticada por ter promovido uma campanha contra a Dengue, na qual era mencionado que os moradores de uma região da cidade deveriam depositar, em frente suas casas, o lixo, que poderia ser foco do mosquito causador da doença. De acordo com a reportagem, o trabalho de recolher os resíduos não estava sendo feito pela Administração municipal, como havia sido proposto. Após o VT, o assunto continuou com uma entrada ao vivo, sendo entrevistada uma fonte oficial. Posteriormente, o 'VC no MGTV' usou imagens enviadas por um morador da região reafirmando o que já havia sido dito previamente.

Nas edições analisadas foi possível identificar que o conteúdo audiovisual produzido pelos telespectadores, que desenvolvem o papel de coprodutores, complementa a notícia e o trabalho dos jornalistas. Foi possível identificar ainda que a maior parte dos materiais enviados pelos usuários ao MGTV foi relacionada aos problemas cotidianos nos bairros, como mato alto nas ruas e buraco nas vias, seguidos de flagrantes e denúncias.

4. ESTV 2ª Edição: Processos de produção em ritmo de convergência e digitalização

A implantação da TV digital no país e as transformações provocadas pela convergência das mídias são processos que devem ser analisados por provocarem diversas mudanças, não apenas tecnológicas, como a alteração do sinal analógico para o digital. Em nosso estudo privilegiamos principalmente suas influências na rotina produtiva e no papel dos jornalistas. Além disso, essas transformações permitiram que a participação popular fosse potencializada, por meio da rede mundial de computadores.

Nesse cenário, diversos programas de televisão e telejornais poderiam ser analisados. Antes de chegarmos ao objeto de estudo em questão, consideramos a possibilidade de realizar a pesquisa em um noticiário televisivo regional, o MGTV 1ª edição (MGTV1), exibido pela TV Integração, de segunda-feira a sábado, às 12h, para toda a Zona da Mata Mineira. Esse telejornal foi cogitado por oferecer espaço para participação dos telespectadores via internet, além de transmitir a programação com sinal digital para oito municípios da Zona da Mata e Campo das Vertentes. Por considerar-se importante no estudo a observação em campo, e com a mudança do autor para outro estado, ouve uma migração também de objeto empírico. Assim, a realidade a ser observada e analisada será a da digitalização e convergência nos processos de produção do ESTV 2ª Edição (ESTV2), transmitido de segunda-feira a sábado, às 19h15, pela TV Gazeta, afiliada da Rede Globo no Espírito Santo.

Além da questão geográfica, territorial, o objeto tomado aqui é o que mais se enquadra dentro do propósito dessa pesquisa: tentar realizar uma cartografia das possíveis mudanças na rotina produtiva dos telejornais, sobretudo o regional, em virtude da implantação da TV Digital e maior participação dos telespectadores por meio da rede mundial de computadores e do cenário de convergência das mídias. Nesse sentido vale ressaltar que o telejornal ESTV2ª Edição é produzido e veiculado no âmbito da Rede Gazeta de Comunicação, organização que integra 20 negócios na área de Comunicação, de acordo com dados institucionais divulgados na web:

Maior grupo de comunicação do Espírito Santo, a empresa foi fundada em 1928, com o jornal A Gazeta, que completou 86 anos em setembro de 2014. Desde 1949, a família Lindenberg assumiu o controle acionário do jornal. (...) São dois jornais impressos diários; um portal de anúncios online (Classificadões); um portal de notícias (Gazetaonline); um acervo de fotos

jornalísticas (Agência AG); nove rádios; quatro emissoras de TV aberta afiliadas à Rede Globo; um portal de notícias locais afiliado à Rede Globo; e uma empresa de marketing promocional (REDE GAZETA, 2015).

A equipe de jornalismo da Rede Gazeta iniciou em 2008 um novo modelo de redação, integrando em uma estrutura toda a produção de conteúdo para diversas plataformas, na tentativa de eliminar de vez as barreiras entre as editorias e meios de comunicação. Em janeiro de 2014, o grupo de comunicação do Espírito Santo criou a Redação Multimídia, integrada pelos jornais A Gazeta e Notícia Agora, pelo portal Gazeta Online e Rádio CBN Vitória.

Nesse projeto, a TV Gazeta, que transmite o ESTV 2ª Edição, ainda não está fisicamente incorporada à Redação Multimídia. No entanto, isso não significa que as redações estejam dissociadas, visto que os editores-chefes da redação multimídia e da TV Gazeta, trabalham alinhados, respondendo diretamente ao diretor de Jornalismo da Rede, Abdo Chequer.

O ESTV2 atende ainda a proposta deste trabalho por apresentar um formato já consolidado, embora ainda possa haver mudanças, como no cenário, por exemplo, que no início de abril de 2015 passou por diversas alterações. Além disso, as mudanças podem ocorrer na linguagem, na condução da apresentação e na utilização de recursos gráficos. Ademais, o telejornal atende ainda aos interesses deste estudo por utilizar normalmente em suas edições, imagens provenientes dos telespectadores e de outros veículos que integram a Rede.

Segundo dados do Ibope divulgados pela Rede Gazeta, o ESTV 2ª Edição é o líder de audiência no horário, além disso, desde fevereiro de 2009, o telejornal é exibido em sinal digital para toda Grande Vitória. A TV Gazeta foi a primeira emissora a transmitir a TV aberta em tecnologia de sinal digital – a TV Digital – para a região.

a. – Procedimentos metodológicos: observação participante e análise do produto midiático por um pesquisador-repórter

A pesquisa apresentada nesse trabalho foi desenvolvida usando como referências para perceber as narrativas tecidas no processo de produção do ESTV 2ª Edição os seguintes personagens: o editor-chefe, André Junqueira, que comanda as redações da TV Gazeta e dos portais de internet G1 e GE; o chefe de edição, Bruno Dalvi; a chefe de reportagem, Juliana Avanza; a chefe de pauta, Sayonara Bandão; as produtoras, Ana Elisa Bassi, Fabiana Oliveira, Kariny Dal'col Folador; a editora

responsável pelo ESTV2, Teresa Abaurre; e a editora assistente, Cristina Dockhorn. A escolha desses profissionais se deu, pois no período em que o trabalho foi desenvolvido, todos eles participavam diretamente do processo de produção, planejamento e fechamento do telejornal. Além disso, os editores participam de maneira mais efetiva das reuniões com os outros veículos da Rede Gazeta para troca de informações sobre pautas e reportagens. No caso dos produtores, também são profissionais que desempenham papel fundamental, pois eles sugerem assuntos, buscam personagens, recebem materiais de co-produtores e participam da rotina produtiva do telejornal até o fechamento.

Após definido o objeto de estudo (ESTV2), ponto de partida para início desta pesquisa, o próximo passo foi decidir qual o método mais adequado para atender o propósito desta pesquisa. No caso deste estudo, a questão a ser posta em análise é a da convergência das mídias e a digitalização na TV, a partir da sua experiência pelos profissionais do telejornalismo. Além de compreender as mudanças na rotina produtiva do telejornal, o trabalho ainda passa pela participação dos telespectadores na construção da narrativa do mesmo, por meio de produções que seriam enviadas via rede mundial de computadores e/ou dispositivos móveis.

Segundo Mauro Wolf (2010) há necessidade de se conhecer a lógica específica do funcionamento dos veículos e as consequências disso na cobertura. Sendo assim, as que envolvem as rotinas produtivas devem utilizar a técnica de observação participante.

Os dados são recolhidos pelo pesquisador, presente no ambiente que serve de objeto de estudo, seja com a observação sistemática do que ocorre nesse espaço, seja por meio de conversações mais ou menos informais e ocasionais, ou verdadeiras entrevistas, conduzidas com os que desenvolvem os processos de produção (WOLF, 2010, p.191).

De acordo com Peruzzo (2003), na metodologia observação participante, o pesquisador participa de todas as atividades do grupo pesquisado, por meio da inserção no ambiente. Apesar de viver, com maior ou menos intensidade, a situação do objeto em questão, Peruzzo destaca que:

O investigador não “se confunde”, ou não se deixa passar por membro do grupo. Seu papel é de observador. Exceto em situação extrema, em que o pesquisador, por opção metodológica, decide deixar-se passar por membro do grupo, acreditando ser a melhor forma de poder captar as reais condições e sentimentos do investigado (PERUZZO, 2003, p.10)

Para Terezinha Ladeira, alguns estudiosos consideram essa metodologia uma técnica “sistemática e consciente de compartilhar as atividades, os interesses e afetos de um grupo de pessoas, logo, o pesquisador é chamado de observador participante” (LADEIRA, 2007, p. 5). A autora reforça que esse tipo de observador deve estar inserido no grupo, no entanto, livre para ver coisas que um observador de dentro não seria capaz de ver. Para definir a relação que deve ser estabelecida entre observador (pesquisador) e observado, Ladeira utiliza a concepção de Schwartz e Schwartz:

a observação participante é um processo no qual a presença do observador numa situação social é mantida para fins de observação científica. O observador está em relação face a face com os observados, e, ao participar da vida deles, coleta dados. Logo, o observador é parte do contexto sob observação, ao mesmo tempo que modifica e é modificado por este contexto. O papel do observador participante pode ser tanto formal como informal, encoberto ou revelado, o observador pode dispensar muito ou pouco tempo na situação de pesquisa; o papel do observador participante pode ser uma parte integral da estrutura social, ou ser simplesmente periférica com relação a ela. (SCHWARTZ E SCHWARTZ, 1955, p.344, *apud* LADEIRA, 2007, p. 47).

De acordo com Peruzzo (2003), essa metodologia de pesquisa tem início em estudos sobre comunidades desenvolvidas por antropólogos e que se tornou conhecida como investigação etnográfica.

“Os pesquisadores perceberam rapidamente que muitas informações sobre a vida dos povos não podem ser quantificadas e precisavam ser interpretadas de forma muito mais ampla que circunscrita ao simples dado objetivo. Isto não significou, de começo, o abandono de posicionamentos teóricos funcionalistas e positivistas” (TRIVIÑOS, 1990, p.120 *Apud* PERUZZO, 2003, p.11)

Juntamente com a aplicação da técnica observação participante foram aplicadas entrevistas pré-estruturadas, outra ferramenta qualitativa que serviu para dar andamento e enriquecer o trabalho. De acordo com Manzini (2009), para realização desse tipo de entrevista, independente da abordagem teórica adotada, são necessários cuidados que envolvem questões da linguagem e o roteiro a ser utilizado necessita ser planejado cuidadosamente (MANZINI, 2003; 2004; 2006 *Apud* MANZINI 2009, p. 151).

Alguns estudiosos como Triviños e Manzini tentam definir as características principais de uma entrevista semi-estruturada:

Para Triviños (1987, p. 146) a entrevista semi-estruturada tem como característica questionamentos básicos que são apoiados em teorias e

hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa. Os questionamentos dariam frutos a novas hipóteses surgidas a partir das respostas dos informantes. O foco principal seria colocado pelo investigador-entrevistador. Complementa o autor, afirmando que a entrevista semi-estruturada “[...] favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade [...]” além de manter a presença consciente e atuante do pesquisador no processo de coleta de informações (TRIVIÑOS, 1987, p. 152). Para Manzini (1990/1991, p. 154), a entrevista semi-estruturada está focalizada em um assunto sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista. Para o autor, esse tipo de entrevista pode fazer emergir informações de forma mais livre e as respostas não estão condicionadas a uma padronização de alternativas (MANZINI, 2009, p.2)

Além das possibilidades oferecidas pelos métodos escolhidos para o desenvolvimento desta pesquisa, outros fatores contribuíram para que fosse utilizada a técnica da observação participante, entre elas a convivência diária do pesquisador dentro da redação multimídia, o que favoreceu a inserção de um observador dentro do ambiente onde o telejornal é produzido, acompanhando de perto e de forma sistemática o que ocorre dentro nesse espaço.

A autorização para que esta pesquisa fosse realizada dentro da redação onde o ESTV2 é produzido nos foi dada pelo diretor de jornalismo da Rede Gazeta, Abdo Chequer e pelo editor-chefe da TV Gazeta, André Junqueira. Recebemos autorização para acompanhar a rotina produtiva durante cinco edições do telejornal, compreendidas entre os dias 13 e 17 de abril de 2015. Tempo suficiente para fazermos os levantamentos necessários.

Segundo Peruzzo (2003) na técnica observação participante não existe tempo ideal que possa ser pré-fixado para que o investigador permaneça dentro do ambiente pesquisado.

Depende do tipo de objeto, de quão rápido ou demoradamente ele se revela ao investigador, das condições em que os mecanismos internos do “objeto” se dão a conhecer ao pesquisador e da capacidade deste em captar suas manifestações explícitas e implícitas. Mas, é óbvio que o tempo não pode ser curto demais. Poderão ser meses, um ano ou mais. “O etnógrafo não pode ter pressa, ainda que a tenha. [...] Uma observação com ênfase etnográfica supõe que o observador esteja ali, onde busca o sentido, dia após dia, semana após semana, mês a mês. O que ocorre em uma ocasião pode não ser importante ou pode ser o centro” (GALINDO CÁCERES, 1998, p.353 Apud PERUZZO, 2003, p. 20).

Apresentados os parâmetros metodológicos que direcionaram a pesquisa de campo e permitiram ao autor narrar os processos de produção da notícia em um telejornal regional, em tempos de digitalização, passamos à descrição dos resultados.

b. – Planejamento e produção convergente

Para ir ao ar de segunda-feira a sábado, o trabalho diário da equipe que faz o ESTV2 é organizado da seguinte maneira: apuração e elaboração de pautas, reunião de pauta (para definir os assuntos do dia e do dia seguinte), divisão de pautas entre os repórteres, estruturação do espelho, edição das reportagens, edição do telejornal e apresentação das matérias. Diante desse processo, buscamos compreender de que maneira a convergência, a digitalização da TV e o espaço oferecido à participação do público, interfere diretamente no trabalho do jornalista.

Apesar de já haver uma pré-estruturação da rotina produtiva, tudo pode acontecer até que o telejornal seja levado ao ar, pois ao longo do dia os processos se entrelaçam. Uma entrevista que já estava anteriormente agendada pode ser descartada com a chegada de um assunto mais importante. Uma matéria já pronta para entrar no ar também pode ser substituída dependendo de alguns fatores externos.

Sobre a não linearidade dos processos produtivos, Siqueira (2012) cita que “se pensarmos que tudo pode mudar a qualquer momento, a ideia que vem à mente é de caos, de instabilidade, de que algo inesperado pode ocorrer.” (SIQUEIRA, 2012, p.120). Todavia, a autora acrescenta que em redações jornalísticas, o que se encontra, de fato, é um ambiente definido por rotinas. “As organizações jornalísticas necessitam impor ordem no espaço e no tempo porque os acontecimentos noticiáveis podem muito bem emergir a qualquer hora e em qualquer lugar” (TRAQUINA, 2005, p. 31, *apud* SIQUEIRA, 2012, p.120).

Além disso, a produção do telejornal em questão se depara com outros canais de comunicação, neste caso da própria Rede, que trabalham com tempos, espaços e narrativas diferentes. De acordo com Beatriz Becker (2008), “a convergência midiática tem influenciado as rotinas produtivas e o exercício do jornalismo, sobretudo o telejornalismo e as formas de publicação de diferentes conteúdos audiovisuais na internet”. (BECKER, 2008, p. 3).

No livro “A cultura da convergência”, Henry Jenkins afirma que a palavra “convergência” é capaz de definir não apenas as transformações tecnológicas, mas também mercadológicas culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. “A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de

consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (JENKINS, 2008, p.27). De acordo com Jenkins, as funções dos veículos tradicionais de comunicação estão sendo transformadas pelas novas tecnologias, não substituídas. Com base dos pressupostos metodológicos e nas questões de pesquisa potencializadas pelo diálogo com esses autores foi possível compreender a produção do ESTV 2ª. Edição.

i. Primeira reunião de pauta: o Telejornal começa a ser esboçado

Para que o ESTV2 vá ao ar de segunda-feira a sábado, às 19h15min, a primeira reunião de pauta acontece sempre a tarde, por volta das 15 horas. Conduzida pela editora responsável pelo telejornal, Teresa Abaurre; e a editora assistente, Cristina Dockhorn, a reunião conta ainda com a participação da chefe de reportagem, Juliana Avanza, e da chefe de pauta, Sayonara Bandão.

Apesar de a primeira reunião ter início apenas por volta do horário já informado, a rigor a produção do telejornal nunca para, funcionando como um ciclo sem fim. No primeiro dia de observação os assuntos que chegaram à sala de reuniões como sugestões para o telejornal eram, em sua maioria, produções para a edição do dia seguinte, portanto, eram assuntos frios, que além de mais apuração, exigiam personagens. De acordo com a editora responsável pelo jornal, nessa reunião são checadas quais as pautas que estavam planejadas no dia anterior estão sendo feitas e quais deixaram de ser feitas, devido aos acontecimentos do dia, além de servir para estruturar um roteiro de assuntos que devem ser cobertos pela reportagem.

Neste sentido, além da tarefa de tentar cumprir com um relatório prévio, programado no dia anterior, com uma lista de sugestões de pautas e reportagens, sugeridas por todos e já apuradas pela produção, nestes encontros são discutidos os assuntos do dia que merecem destaque.

Ainda que algumas pautas já estivessem pré-programadas para serem executadas, dependendo da importância dos fatos que acontecem no dia, elas podem ser descartadas ou adiadas. Como na edição do dia 15 de abril, quando algumas pautas que já estavam programadas para o telejornal caíram, depois que sindicatos e entidades de classe fecharam as principais vias de Vitória durante toda a manhã, em protesto contra o projeto de lei que permite a terceirização de todas as atividades em empresas. Devido à importância do ato e ao impacto que causou na vida de milhares de capixabas, a editora do ESTV2, optou por dar desdobramento ao protesto, que já havia sido abordado em

outros telejornais da rede. O assunto abriu a edição do telejornal e ocupou seis minutos e meio do primeiro bloco, composto por uma reportagem e um vivo dando um panorama do dia.

Há hoje na emissora uma integração entre as redações dos jornais A Gazeta, Notícia Agora, Rádio CBN, além da redação da TV Gazeta e dos portais G1 e GE (Globoesporte.com). Segundo a editora responsável pelo telejornal, a convergência entre essas mídias se dá de maneira mais efetiva desde a criação do cargo de Diretor de jornalismo da Rede Gazeta, ocupado por Abdo Checker.

Todas as manhãs são discutidos, entre as chefias de todos esses veículos, os assuntos de interesse jornalístico que estão sendo trabalhados por cada uma dessas mídias. Quando é necessário, ou relevante, essas pautas são compartilhadas entres eles. Um exemplo que ilustra bem essa integração é uma entrevista exclusiva que foi dada pelo professor da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), Luiz Manoel Malagutti, ao Gazeta online, depois de ter sido denunciado por um grupo de alunos por preconceito racial durante uma aula, no dia 03 de novembro de 2014. Após dizer que não gostaria de ser atendido por um médico negro, o professor causou revolta nos alunos que estavam em sala de aula. A entrevista, que ganhou repercussão nacional, foi cedida à TV Gazeta, que a utilizou na construção de diversas reportagens, entre elas, a que abriu uma edição do Jornal Nacional, também em novembro de 2014.

O chefe de redação, Bruno Dalvi, explica que para TV essa integração das redações pode ser observada sobre dois aspectos, o primeiro é a integração da redação da TV com o G1, e a segunda é a integração com da redação da TV com a redação multimídia. Apesar dessa convergência, o modelo respeita as peculiaridades e regras de cada um dos veículos. O editor chefe de redação, salienta que a emissora é uma afiliada da Rede Globo e precisa seguir as regras e padrões de qualidade estabelecidos pela emissora.

Além disso, ainda há um grupo criado no Whats App (aplicativo de mensagens multiplataforma que permite troca de mensagens pelo celular utilizando apenas dados) integrando a TV Gazeta, o G1 e a redação multimídia. Nesse grupo estão inclusos, repórteres, produtores e editores. Do próprio local onde o fato se dá, o repórter faz os registros e encaminha para o grupo. Esse material é utilizado nas plataformas que trabalham com a instantaneidade e, em alguns casos, quando não há tempo da

reportagem ser fechada, utilizado no telejornal com as informações já apuradas pelo repórter na rua.

Sobre convergência Souza Filho (2014) observa que é um processo que está vinculado a transformação tecnológica em função da utilização do digital, condição com a presença da internet no ambiente comunicacional.

A convergência é um processo decorrente da rápida transformação dos meios de comunicação, com a integração deles em sistemas de informação (MICÓ, 2007). O aspecto mais importante desta transformação é que a convergência representa (LOPES; FARIÑA, 2010), como um novo modelo de organização e produção dos meios de comunicação (SOUZA FILHO, 2014, p.80)

Neste processo o núcleo de produção da TV também desempenha papel fundamental para que o jornal vá ao ar. Segundo relato de William Bonner no livro *Jornal Nacional – Modo de Fazer*, os produtores são importantíssimos para as duas as duas pernas sobre as quais se sustenta um telejornal. “A “perna” factual, dos assuntos do dia, urgentes, acontecidos depois da última edição exibida do telejornal, e a perna de “atualidade”, que compreende aqueles temas não urgentes, mas atuais, que têm acontecido”. (BONNER, 2009, p.47).

Na TV Gazeta, a equipe de produção trabalha em um ambiente que fica posicionado ao lado da sala das chefias de edição e de reportagem, separados apenas por uma parede de vidro. Esse espaço é situado dentro da mesma redação onde estão os repórteres do ESTV2, além de jornalistas de outros programas da TV e dos portais G1 e GE. O mesmo núcleo de produção, composto por uma chefe de pauta, três produtores e um apurador, é o responsável pela elaboração de pautas para outros telejornais da rede como o ESTV 1ª Edição e também algumas para o Bom Dia Espírito Santo.

Segundo a chefe de pauta do telejornal, Sayonara Brandão, na elaboração das pautas do ESTV2, as ferramentas mais utilizadas no dia a dia são o telefone e os e-mails, além das redes sociais, quando se trata de personagens. Além desses canais de comunicação, os produtores mantêm uma agenda com assuntos relevantes, com temas de interesse nacional, regional ou até mesmo local.

As ofertas de pautas normalmente vêm de discussões de assuntos entre a equipe do telejornal, de temas levantados durante as reuniões que ocorrem todas as manhãs entre os editores da redação multimídia e da TV, além de sugestões dos telespectadores.

Atualmente nos telejornais da rede há uma provocação para que os telespectadores participem da programação com conteúdos diversos. De acordo com Sayonara Brandão, o número de e-mails que são recebidos diariamente é alto, chega a ultrapassar o número de 200 diariamente. No entanto, nem todos eles geram algum tipo de reportagem. Todavia, entre o telefone e o e-mail, há mais eficiência no material que chega via rede mundial de computadores, pois, segundo a chefe de pauta, as fotos, imagens/áudio, encaminhados pelos telespectadores são capazes de retratar de maneira mais eficiente a realidade vivenciada pelo cidadão.

O produtor funciona como um primeiro filtro que recebe a informação, checa e só depois de analisar os fatos leva aos editores o relatório com as pautas para avaliação e aprovadas. Há ainda na redação a figura de um apurador, que além dar apoio ao repórter que está na rua realizando a reportagem, faz a ronda, que é uma sucessão de telefonemas para diversos departamentos públicos e para pauteiros de outros veículos da Rede Gazeta, como o do Gazeta Online, por exemplo. Existem hoje dois apuradores na TV, um que chega de manhã e dá apoio ao Bom Dia Espírito Santo e ao ESTV1 e outro que chega a tarde e fica por conta da apuração para o ESTV2.

Outra ferramenta de integração disponível para todos os produtores, repórteres, editores e chefes da rede é um sistema de e-mail que alerta a todos aqueles que fazem parte da rotina produtiva, sobre fatos importantes e/ou interessante. Os e-mails podem ser enviados por qualquer jornalista que tenha acesso a algum tipo de informação relevante antes de outro. O sistema denominado “Siga”³⁶ dispara o alerta para todos os funcionários que utilizam o e-mail da empresa, seja ele dos jornais impressos, do online, da rádio ou da TV.

O Siga é classificado pelo chefe de redação como o “berço da notícia factual”. E para esse e-mail que são encaminhadas informações que estão sendo apuradas por algum jornalista da rede, denúncias que partem do público, ou alertas de coletivas de imprensa, por exemplo. Apesar desses e-mails partirem de repórteres da própria rede, todas as informações são checadas antes de serem levadas ao ar.

Após a reunião de pauta, a equipe de produção começa a desenvolver as pautas para o jornal do dia seguinte, levantando personagens, agendando entrevistas e locais para as gravações. Os personagens normalmente são encontrados por meio de conhecidos, pelas redes sociais, ou muitas das vezes, foram os próprios telespectadores

³⁶ O sistema utilizado na redação tem o mesmo nome/ sigla daquele utilizado em instituições de ensino, como UFRN e UFJF para gestão acadêmica e administrativa.

que entraram em contato com a emissora para fazer algum tipo de denúncia ou sugestão de pauta, sendo assim, nesse caso, ele mesmo torna-se parte da matéria.

ii. – Definição e distribuição das pautas

Após aprovadas na reunião, as pautas seguem em uma lista, a cada uma delas é atribuído um título, denominado retranca, no jargão dos jornalistas. Normalmente esse título é curto, com duas ou três palavras. Para exemplificar, podemos citar um acidente que envolveu uma idosa de 80 anos que morreu após ser atropelada na calçada por um veículo que teria supostamente atravessado o semáforo vermelho, no centro de Vila Velha, no início de março deste ano, este fato poderia receber na retranca apenas o nome de “Atropelamento/Idosa/VilaVelha. E ainda se há outro atropelamento no mesmo dia com imagens de uma câmeras de segurança, poderia ser inserida a retranca de “Flagrante/atropelamento. Essas retrancas são determinadas no ESTV2 no momento em que a pauta é aprovada e seguem com o mesmo nome até o jornal ir ao ar.

Retranca estabelecida e pautas produzidas é hora de se fazer a distribuição das mesmas. As pautas do ESTV2 começam a ser distribuídas entre os repórteres a partir das 13 horas, quando a chefe de reportagem passa para cada um deles o assunto que será trabalhado naquele dia. Ou seja, os assuntos que serão discutidos na reunião um pouco mais tarde, normalmente não entram na ordem do dia. Como já foi descrito anteriormente, as pautas que foram programadas no dia anterior podem ser todas mantidas ou alteradas, tudo depende dos acontecimentos do dia.

Quando chega na redação a chefe de reportagem verifica o que está acontecendo de factual, checa as pautas que haviam sido aprovadas e agendadas e distribui as tarefas entre os repórteres de acordo com a importância dos fatos. Em alguns casos, o repórter sai para realizar uma reportagem, mas surge nesse intervalo um factual capaz de derrubar ou adiar a pauta que seria desenvolvida. Algumas vezes as mudanças podem fazer com que alguns assuntos sejam redistribuídos ou até mesmo retirados da programação do telejornal.

De acordo com a editora responsável pelo jornal, nas coberturas factuais a colaboração entre os veículos é mais efetiva, pois diversos repórteres de várias plataformas que compõem a rede estão ao mesmo tempo apurando as diversas versões e

angulações de um mesmo acontecimento. Há também uma colaboração intensa da redação do G1, que fica alocado no mesmo ambiente da produção do telejornal.

Além das pautas distribuídas para os repórteres da TV Gazeta da Grande Vitória, na edição do ESTV2 podem entrar reportagens produzidas pelas regionais da TV Gazeta, no Sul do estado, localizada em Cachoeiro de Itapemirim, no norte, em Linhares, e noroeste, sediada em Colatina.

Em entrevista, a chefe de reportagem Juliana Avanza explica que quando há necessidade o repórter é deslocado para outra pauta, mesmo que esteja com outra em andamento. Em alguns casos, quando o repórter já terminou de fazer as entrevistas, ele fecha o texto com a chefe de reportagem e grava enquanto ainda está na rua. Esse material é recolhido por um motoboy e levado para redação para que seja editado.

Em alguns casos, ainda existe a figura de um cinegrafista, que fica à disposição da redação para cobrir os assuntos factuais e/ou imagens que levem informações para o telejornal. Esse “cinegrafista que fica solto” como é chamado pelos editores normalmente vai sozinho fazer as imagens ou acompanhado de repórteres de outros veículos da rede.

Sobre os impactos da TV Digital no dia a dia da redação, a chefe de reportagem explica que a única mudança sentida por todos foi a qualidade técnica das imagens, que são transmitidas, em sua maioria, em alta resolução, e nos equipamentos para capturar essas imagens.

iii. – Do espelho a edição no ar

A lista dos assuntos que devem ir ao ar está descrita no espelho do telejornal. Segundo Rezende o espelho do telejornal é apresentado de forma concisa, distribuído a todos os profissionais participantes da operação do programa, e sintetiza a organização do telejornal em blocos, a ordem das matérias em cada bloco, bem como dos intervalos comerciais, das chamadas e do encerramento (REZENDE, 2000, p. 146 *apud* SIQUEIRA, 2012, p.126).

No livro *Jornal Nacional – Modo de Fazer*, William Bonner defende que o espelho tem esse nome, pois “reflete” uma filosofia editorial, um plano de vôo, uma

intenção (William Bonner, 2009, p.82)³⁷. E complementa dizendo que, “Espelho é o nome da lista de todos os assuntos aprovados para exibição, batizados com suas respectivas retrancas, com uma estimativa de tempo que será destinado a eles, na ordenação que o editor-chefe julgou mais apropriada” (BONNER, 2009, p.82).

A montagem do espelho começa a ser feita após a definição dos assuntos que serão abordados no telejornal, no entanto, pode haver alterações durante todo o dia ou até mesmo próximo ao fechamento do telejornal. As reportagens são relacionadas com uma previsão de tempo e por ordem de exibição, essas definições são feitas pela editora responsável pelo telejornal, porém, não são definitivas e podem ser modificadas.

Além do espelho do ESTV2 exibido na região metropolitana, a editora responsável pelo telejornal tem acesso ao que as outras regionais pretendem levar ao ar. Quando o assunto é relevante, a reportagem também é inserida na lista dos fatos que serão levados ao ar na Capital.

4.1. Critérios de noticiabilidade: mudanças em tempos de digitalização?

Coutinho (2003) explica que “no processo de seleção de temas, assuntos e fatos que serão transformados em notícia, adquirindo visibilidade pública, ainda haveria outros aspectos a observar, os chamados critérios de noticiabilidade”. A autora ressalta, por meio da abordagem interpretativa da notícia utilizada por Josenildo Guerra, que:

Os valores-notícia, como são considerados aqui do ponto de vista normativo, não garantem a noticiabilidade de nenhum fato. A noticiabilidade deve ser entendida como a probabilidade de um fato vir a ser efetivamente notícia, o que implica atender outros critérios além de possuir os atributos compatíveis com os valores-notícia (GUERRA, 2002 *Apud* COUTINHO, 2003, p.42).

Essas definições propostas propõe que o editor-chefe do ESTV2 é capaz de interferir diretamente no curso e direcionamento do telejornal, pois ele tem papel decisivo ao selecionar os fatos que serão levados ao ar desde o início da produção, aplicando os critérios de noticiabilidade.

O chefe de redação, Bruno Dalvi, explica que vários critérios são adotados para seleção dos fatos que farão parte do telejornal, como a abrangência da notícia e a proximidade com o público, entre outros critérios. A qualidade das imagens, no entanto,

³⁷ Nesse sentido podemos inferir que o editor chefe do telejornal mais longo do país busca associar a produção do JN ao que preconiza a teoria do espelho, abordagem vista como excessivamente simplista pelos estudiosos do Jornalismo, como Alfredo Vizeu, entre outros.

também pesa, mas “em alguns momentos não é possível refazer uma imagem que pode, por exemplo, ter sido enviada por um telespectador. Nesse caso prezamos pela informação”.

4.1.1. Linha editorial do telejornal como valor-notícia

Durante a observação participante, foi possível perceber que apesar dos assuntos serem discutidos entre todos os participantes da reunião de pauta, a palavra final sobre o que entraria no espelho do telejornal e o que deixaria de entrar, era da editora responsável pelo ESTV. Nas reuniões eram discutidas, além de detalhes sobre como se daria a narrativa da reportagem e os personagens que fariam parte dela, a relevância do assunto para sociedade. Neste momento, não havia a preocupação com a qualidade da imagem ou até mesmo se essas eram capturadas por telespectadores ou repórteres de outros veículos de comunicação da rede.

Devido ao telejornal ser exibido em alta definição para toda Grande Vitória, a qualidade técnica da imagem também passa a integrar os critérios de noticiabilidade adotados para que determinado fato seja ou não levado ao ar. No entanto, o chefe de redação, ressalta que as informações são mais importantes do que o formato e qualidade técnica exigidos pela empresa. Sendo assim, cenas de flagrantes, curiosidades, ou que registram momentos que não podem ser filmados novamente, são utilizadas por serem consideradas relevantes, mesmo que não atendam as exigências mínimas de qualidade técnica.

Com a chegada da TV Digital, a empresa se preocupa em adotar, na maioria das vezes, imagens que sejam de excelente qualidade. Mas, nos casos em que há participação de telespectadores que contribuem com conteúdos relevantes, por exemplo, essa exigência não é levada a rigor. Apesar de que, hoje os celulares e outros dispositivos móveis são capazes de capturar imagens/áudio em alta definição.

Em alguns casos, os próprios repórteres da rede fazem imagens, a partir de seus *smarthphones*, e encaminham para a redação para que sejam tratados e levados ao ar. A editora responsável pelo telejornal, também partilha do princípio de que com a TV Digital deve-se prezar pela qualidade das imagens, no entanto, ela destaca que em alguns momentos imagens de baixa qualidade técnica também foram utilizadas dentro

do telejornal, por passarem informações úteis e precisas sobre acontecimentos que se deram enquanto o ESTV2 estava no ar.

Um exemplo em que a qualidade técnica das imagens é o que menos importa quando o assunto é relevante, foi a explosão de uma lancha, em Vitória, no início de 2014. As primeiras imagens do acidente, que envolveu três pessoas, foram captadas por uma das câmeras que ficam localizadas nas antenas de transmissão do sinal da TV Gazeta, enquanto o telejornal estava no ar. Segundo relatos da editora responsável pelo ESTV, Teresa Abaurre, após observar pela câmera a fumaça que tomava conta de parte do céu da Capital, a equipe de produção acionou as autoridades responsáveis para apurar o que estava acontecendo. Já no fechamento do primeiro bloco, as primeiras imagens foram utilizadas para informar aos telespectadores que alguma coisa estava acontecendo no local. Após a primeira inserção ter sido feita, outras imagens (foto/vídeos) chegaram à TV por meio de aplicativos e ou internet e foram também usadas para ajudar a narrar o acontecimento.

4.1.2. – Critérios para tratar jornalisticamente a produção do público

As transformações impostas pelas novas tecnologias como a TV Digital e a convergência das mídias, influenciam no modo de produção da notícia e impactam no trabalho do jornalista. Segundo Souza Filho (2014):

As dimensões da convergência têm gerado aspectos que estão relacionadas entre si, da forma observada, anteriormente, em relação à organização e a produção dos meios de comunicação. A convergência tecnológica permitiu o uso do sistema multiplataforma, baseado na vinculação entre os diversos meios de uma organização. A dimensão empresarial é a referência para o processo de concentração, com grupos com atuação em diversos segmentos da área de comunicação. A dimensão profissional influencia a atuação das diversas categorias de trabalhadores, em particular a dos jornalistas, caracterizada pela polivalência (SCOLARI et al, 2008) e um processo de sentido duplo: a extinção e o surgimento de novas tarefas, como a necessidade de um profissional para controlar o funcionamento do sistema digital (SOUZA FILHO, 2014, p.85)

Quanto aos procedimentos de tratamento e edição das imagens com as mudanças para o sistema digital, a editora assistente do ESTV2, Cristina Dockhorn, ressalta a utilização do sistema digital de edição, além de ter trazido mais facilidade para tratar as imagens e permitir que sejam feitos cortes estratégicos em determinados pontos do material, a digitalização garante a agilidade na finalização da reportagem.

Atualmente, as imagens que são recebidas dos telespectadores, por exemplo, recebem o tratamento nas ilhas de edição de maneira muito mais rápida. Estes materiais são utilizados de diversas maneiras possíveis, desde nota coberta à complemento de uma reportagem.



Figura 13 - Reprodução da tela do sistema de edição de imagens da Rede Gazeta/ FineCut

O tratamento a ser dado a cada imagem vai depender relevância deste material dentro do telejornal. A editora assistente do ESTV destaca que em casos de flagrantes, quando não há possibilidade destas imagens serem refeitas, o vídeo enviado pelo telespectador é utilizado para ajudar o repórter a narrar o fato.

Em alguns casos, quando há campanhas especiais, como de fim de ano ou páscoa, por exemplo, as imagens encaminhadas via internet e/ou dispositivos móveis, são solicitadas pelo apresentador e no final ou durante o programa são exibidas em um formato de clipe ou até mesmo nos fechamentos de blocos. O que vai determinar a maneira como esse conteúdo será apresentado ao público é a função que se pretende atingir, segundo os profissionais de edição entrevistados.

5. ESTV e o espaço para participação do público

Ao longo dessa pesquisa tentamos mostrar como o avanço das tecnologias, a convergência e a TV digital impactam no telejornalismo. O público ganhou mais canais e espaço para participação na produção dos telejornais. Neste capítulo, apresentaremos como exemplo uma reportagem que foi apresentada no ESTV, e que só foi consolidada graças à participação do público, que enviou sugestões por meio de aplicativos, do site ou até mesmo por telefone.

O primeiro exemplo foi uma reportagem sobre a falta de passarelas na rodovia do Contorno, BR 101, na região metropolitana de Vitória, exibida em 13 de fevereiro de 2016. A partir de fotografias e relatos mostrando que as obras das passarelas estavam abandonadas, a equipe de reportagem foi até o local e identificou o que o telespectador narrava.

Na construção da reportagem, mesmo que o cinegrafista tenha feito outras imagens no local, as fotos do telespectador também foram aproveitadas. Além disso, ele foi chamado, juntamente com outros moradores, para dar depoimentos sobre as dificuldades enfrentadas por quem vive na região e precisa atravessar a rodovia várias vezes todos os dias. Se não bastasse a reportagem, o assunto foi repercutido em todos os telejornais da emissora e, além do VT, o repórter também transmitiu ao vivo do local.

Do estúdio os apresentadores Philippe Lemos e Rafaela Marquezini chamaram o repórter Michel Bermudes que estava ao vivo no local.

Philippe Lemos – ao vivo: “O contorno não tem jeito. Agora tem mais reclamações, dessa vez é de quem precisa atravessar a rodovia. Vamos para lá falar ao vivo com o repórter Michel Bermudes. Temos uma perguntinha para você, Michel cadê as passarelas que foram prometidas?”

Michel Bermudes: “Essa pergunta eu também estou me fazendo e todos os moradores que moram aqui na região em torno do contorno. A gente tem um telespectador, um amigo nosso, que mostra o abandono nessa história das passarelas, vamos ver isso. (ESTV2, 13/2/2016).



Figura 14 - TV Gazeta/ Afiliada TV Globo no Espírito Santo

Neste momento entra uma nota coberta com as fotos enviadas pelo telespectador.

Off – Philippe Lemos: “Foram duas fotos tiradas pelo nosso parceiro Tel Benevix, ele não se conforma em ver todos os dias as estruturas metálicas abandonadas e já com marcas de ferrugem”.

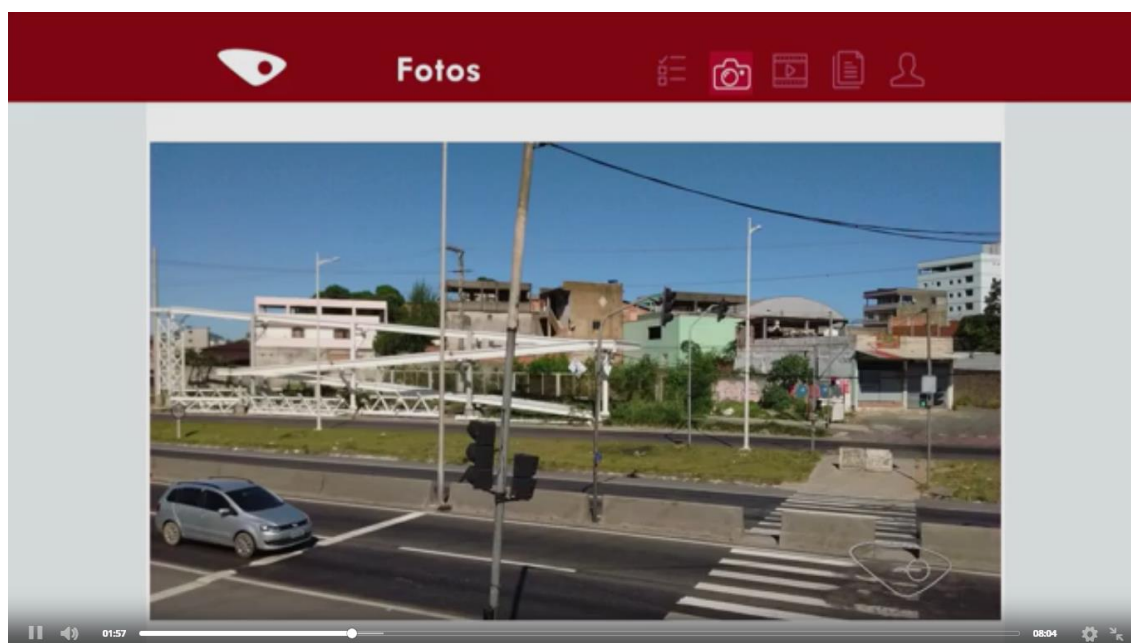


Figura 15 - TV Gazeta/ Afiliada TV Globo – ES/ Fotos enviadas pelo telespectador.

Depois da narrativa em estúdio, com o suporte de vídeo das imagens remetidas pelo cidadão, a transmissão externa ao vivo volta a entrar em cena, e o repórter chama a reportagem diretamente do local.

Michel Bermudes – Vivo: “Pois é isso que o nosso telespectador mostrou é apenas a estrutura de uma das passarelas. São 11 passarelas que foram prometidas pelo Dnit, uma está abandonada. Vamos ver as outras na reportagem que eu fiz com o cinegrafista Ary Mello”.

A reportagem editada (VT) tem uma estrutura que pode ser considerada hegemônica em televisão, com uso de offs, de depoimentos de populares, sobre som e passagem do repórter. O VT, que terá seu esqueleto transcrito a seguir, começa com sobe som dos carros e flagrantes de pessoas tentando atravessar a rodovia.

Off 1: Travessia perigosa, muito perigosa! Mas e a passarela? A passarela começou a ser feita, mas ficou nisso aí, um buraco cavado.

Povo Fala: Já tem mais de 10 meses que pararam tudo, não vem nenhum funcionário aqui mais.

Off 2: Esse trecho da rodovia do contorno, em Cariacica, fica na entrada do bairro Nova Rosa da Penha. Centenas de pessoas atravessam de um lado para outro. Sempre correndo risco.

Povo Fala: Muitas pessoas têm perdido a vida nesse lugar. Isso aqui é conhecido como rodovia da morte. Não sei como o governo está com a cabeça que ainda não fizeram a passarela aqui ainda.

Off 3: Um pouco mais a frente deveria ter uma outra passarela. Deveria. Mas o que tem é apenas uma obra abandonada. O Dnit só fez a estrutura, a base e foi embora. Ao pedestre só restou a opção de atravessar assim mesmo.

Povo Fala: Aqui é difícil, idosos então nem se fala. Em horários de pico quase impossível atravessar.

Passagem: Resumo da opera, em 2014 o Dnit prometeu instalar ao longo da rodovia do contorno 11 passarelas. Na época o Dnit chegou a anunciar também o valor do contrato, R\$ 18 milhões e o prazo de conclusão, 18 meses. Mas estamos em fevereiro de 2016, não vemos nenhum operário e nem sinal do Dnit. O que vemos é isso aqui, a estrutura abandonada, cheia de mato.

Off 4: Essa estrutura enferrujando é mais uma passarela que não saiu (Mostra passarela), fica em frente ao bairro Vila Capixaba, aqui perto até que tem semáforo, mas o povo tem que esperar muito.

Sonora Tel Benevix; Quer dizer, eles vêm, colocam o material aí e deixa estragando. É o nosso dinheiro sendo jogado fora.

Abaixo algumas imagens que foram recortadas da reportagem em questão que evidenciam o que está descrito no texto.



Figura 16 - TV Gazeta/ Afiliada TV Globo – ES/ Flagrante pedestre atravessando em meio aos carros.



Figura 17 - TV Gazeta/ Afiliada TV Globo – ES/ Morador que enviou as fotografias concedendo entrevista.



Figura 18 - TV Gazeta/ Afiliada TV Globo – ES/ passarela que foi feita pela concessionária na mesma região.



Figura 19 - TV Gazeta/ Afiliada TV Globo – ES/ Moradora concedendo entrevista sobre as dificuldades em atravessar no trecho.

A narrativa dessa temática no ESTV2 volta a incluir a transmissão ao vivo, em externa. Nesse momento o repórter mostra uma passarela pronta na rodovia do contorno, que não foi construída pelo Dnit, mas sim pela concessionária que administra a BR 101 no Espírito Santo.



Figura 20 - TV Gazeta/ Afiliada Globo Espírito Santo

O repórter-apresentador Michel Bermudes enuncia: “Isso é um bom exemplo de espaço apropriado para dar segurança aos moradores. Vamos a nota do Dnit: O órgão informou que a obra está parada por que a empresa apresentou problemas contratuais e será feito um aditamento. Paralelo a isso, o Dnit informou que está vendo com outros órgãos do governo pode bancar as obras. Enfim, o pepino ficou mesmo foi com a população”.

A reportagem evidencia que a emissora garante ao telespectador espaço para participação na programação, atendendo as demandas do público local. No entanto, os canais de participação oferecidos aos telespectadores são proporcionados por meio de elementos da convergência das mídias, como internet, aplicativos para celulares e tablets e dos já conhecidos recursos de interatividade como telefones e e-mails.

Mesmo que essas formas de participação não estejam ligadas diretamente a tecnologia da TV Digital, elas têm o papel de cumprir a função de fazer com que os telespectadores interajam com a programação, uma das propostas da TVD no país. Com o avanço das tecnologias, os telespectadores, que também são usuários de equipamentos que possibilitam fazer fotos e vídeos em alta resolução, são capazes registrar flagrantes e cenas do cotidiano de interesse das emissoras, atuando assim, como co-produtores da notícia.

O volume de registros que são feitos diariamente e os meios em que ele pode compartilhar esse material, como as redes sociais da internet, por exemplo, podem contribuir para que os usuários tenham mais espaço na programação dos telejornais. Além disso, há cada vez mais, a necessidade de o público se ver na tela da TV.

Apesar de os telespectadores também atuarem como emissores de informação, cabem aos responsáveis pela produção dos telejornais elegerem o conteúdo que vai

fazer parte da programação ou não. No entanto, esses profissionais tiveram suas rotinas produtivas transformadas devido a diversos fatores, entre eles o aumento dos canais de interação com os usuários que são checados constantemente.

A narrativa dos telejornais também é alterada, os personagens que demandam à emissora ganham mais espaço nas reportagens, sendo assim os cidadãos ganham mais voz na programação, além disso, o conteúdo que pelos telespectadores é enviado, muitas vezes também é usado no fechamento dos VTS, ainda que o cinegrafista tenha a possibilidade de refazer as imagens.

Além desta reportagem, o telejornal apresenta diariamente flagrantes enviados pelos telespectadores por meio do aplicativo da emissora. Em alguns casos são consolidadas reportagens em outros as imagens são exibidas apenas como notas cobertas.

6. Conclusão

Neste trabalho conseguimos avançar nos objetivos traçados inicialmente. A televisão analógica, como sabemos, tem sua produção de conteúdos organizada em via única, ou seja, sem participação do telespectador. Contudo, com a chegada da era digital, a TV também se transforma.

Apesar das discussões em torno da implantação da TV Digital terem começado há mais de 20 anos, muitas mudanças ainda estão por vir. Neste momento de migração para o digital, a TV é apenas parte do quebra-cabeça.

A chegada da TV digital no Brasil coincidiu com o processo de convergência das mídias e com o avanço de diversas plataformas tecnológicas que permitem a interação entre emissores e receptores, o que acabou provocando no público mais complexidade no entendimento da lógica de distribuição de conteúdo audiovisual.

Mesmo que o Sistema Brasileiro de TV Digital tenha uma plataforma própria para proporcionar a interatividade, diferente da internet, os produtos desenvolvidos pelas emissoras ainda são insuficientes para atender às demandas dos telespectadores. A falta de interesse comercial dos emissores e de forças políticas para que essas aplicações interativas sejam ofertadas contribuem com a insuficiência de canais de interação.

O Ginga, *software* brasileiro que possibilita a interatividade na TV Digital, ainda tem seus recursos pouco explorados pelas emissoras de televisão no país, conforme analisaram especialistas durante a *Campus Party* 2016. O doutor em TV Digital Valdecir Becker avaliou que as emissoras não utilizam todo o potencial interativo oferecido pelo Ginga. Até 2012 eram produzidos conteúdos interativos correspondentes a apenas 20% da capacidade oferecida pelo software.

Apesar do uso dos *set-top boxes* já ser comum em muitos lares, ainda existem poucas produções que utilizam a própria TV como canal de retorno entre o emissor e o telespectador. No entanto, é possível observar que as emissoras ampliaram, de fato, outros canais de interatividade com os usuários, como a disponibilização de aplicativos para os smartphones e tablets, espaços para envio de sugestões/conteúdos na rede mundial de computadores, além da manutenção dos meios tradicionais de interação como o telefone e o e-mail.

Com a convergência, os computadores e dispositivos móveis conectados a internet são instrumentos imprescindíveis no que tange a interatividade entre usuários (que também passam a atuar de alguma forma como emissores) e as redações dos telejornais.

Neste sentido, os telespectadores, que também são usuários de dispositivos tecnológicos capazes de capturar áudio, vídeos e imagens, assumem papel de coprodutores encaminhando diretamente às redações flagrantes do cotidiano, reclamações sobre diversos assuntos ou denúncias, por exemplo, mesmo que a decisão final ainda seja dos responsáveis pelo fechamento dos telejornais.

Apesar dos usuários passarem a produzir e demandar mais das redações, cabe ainda aos jornalistas selecionar os fatos, apurar as informações, contextualizar e confrontar as idéias com as fontes e outros dados sobre o assunto. Essas ferramentas que estão nas mãos dos telespectadores também alteram a rotina produtiva dentro das redações.

Ao analisar o objeto empírico foi possível identificar que dentro da redação dos telejornais ocorreram diversas mudanças, muitas provocadas pela convergência das mídias outras pelo processo de mudança para transmissão digital, principalmente no que concerne a lógica de produção da notícia. As mudanças são percebidas desde a recepção das primeiras informações, que agora chegam por diversos canais de interação, até o fechamento dos telejornais.

Mesmo que tenha provocado mudanças, a TV Digital não é vista como potencial recurso de interatividade com os usuários. No período analisado dentro da redação foi possível identificar que a maior preocupação é com a qualidade da imagem (quando é possível ser feita por um cinegrafista da emissora) e com a edição das reportagens, que agora tornou-se mais simples, sendo possível cortar uma imagem no ponto exato desejado. Ainda que a qualidade da imagem como objeto de informação seja importante, ficou claro que os usuários conquistaram papel importante na produção do telejornal, visto que com ele contribuem com fotos e vídeos. Por meio desses recursos, captados e enviados digitalmente, os espectadores carregam para a redação, e seus jornalistas, informações e imagens relevantes que não podem ser feitas novamente, portanto. Nesses casos os registros são utilizados independentemente da qualidade técnica, mas a narrativa continua sendo produzida por (tele)jornalistas, ainda que com a presença do público como parceiro.

Este ambiente que os jornalistas vão encontrar dentro das redações requer do profissional habilidade para lidar com as diversas mídias, sejam elas tradicionais ou contemporâneas, como a internet e suas possibilidades. A partir do momento em que os telespectadores/usuários assumem status de coprodutores da notícia, os profissionais de comunicação precisam de mais agilidade e sensibilidade para selecionar as notícias e partir para busca de detalhes que garantam transformar o que foi recebido dos usuários em notícias.

As experiências de interatividade são experimentadas por todas as emissoras brasileiras. Inclusive, todas as emissoras afiliadas disponibilizaram aplicativos para que os usuários participassem da programação, no entanto, a forma como esse conteúdo vai ser usado fica a cargo dos jornalistas. O fluxo de conteúdo que chega todos os dias nas redações não permite que toda a demanda seja atendida, em alguns casos específicos os registros feitos pelos telespectadores ganham espaço apenas como notas cobertas, juntamente com outros materiais similares e, em alguns casos são geradas reportagens, onde a narrativa também explora a figura de quem enviou o conteúdo e, muitas vezes utiliza seu material, inédito ou não, no fechamento do VT.

Essa interação do público com os telejornais nas pequenas emissoras, ou nos telejornais locais, que estão mais próximos dos cidadãos é capaz de tratar de maneira mais “individualizada” as demandas dos usuários. Entretanto, em alguns casos os telejornais de rede, seguindo seus critérios de noticiabilidade também dão espaço à participação do público.

No âmbito desse trabalho, foi possível identificar algumas formas de participação dos telespectadores na construção do telejornal e compreender que o aumento nos canais de troca de informação entre os emissores e receptores provocou mudanças importantes nas narrativas, como a exploração de imagens capturadas pelos telespectadores e uso de personagens envolvidos em questões levantadas por eles próprios. Contudo, não é possível precisar de que maneira esse processo ocorre nas pequenas e grandes emissoras de televisão.

Ainda sobre a interatividade e participação dos telespectadores na construção da narrativa jornalística, este trabalho não avaliou se a forma como esse conteúdo é apropriado pelas emissoras é de fato inclusiva ou não. Além disso, ainda é necessário compreender se os jornalistas já saem das universidades preparados para encontrar as redações como são estruturadas hoje.

Desse modo, é importante ressaltar que apesar de oferecer a possibilidade de interação pelo próprio controle remoto, as emissoras exploram mais a qualidade da imagem e áudio do que a produção de produtos interativos para o Ginga, ou por meio de outros aplicativos de envio/ troca de imagens.

Ainda há muito que ser discutido e observado em relação ao assunto, sendo necessário enxergar além do sistema de transmissão digital que foi implantado no Brasil.

REFERÊNCIAS

- BECKER, Beatriz; TEIXEIRA, Juliana. **O Telejornalismo na Era Digital**. UMESP (Universidade Metodista de São Paulo. (SP) 2008. Anais da SBPJOR – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo.
- BECKER, V.; MONTEZ, C. TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil. Florianópolis: I2TV, 2005. BRASIL. Casa Civil da Presidência da República. Decreto n. 5.820 de 20 jun. 2006.
- BECKER, V. (2013) cit. in ‘Salva Vendas’, Caderno Especial TEC – Jornal Folha de São Paulo (27/5/2013), p. F4. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/05/1285375-futuro-do-ginga-depnde-das-emissoras-dizem-especialistas.shtml>
- BRITTOS, Valério Cruz. Televisão, interações comunicativas e industrialização cultural. RS, 2010. Disponível em: <file:///C:/Users/DionyClebisona/Downloads/785-51380-1-PB.pdf>
- BONNER, William. **Jornal Nacional**: modo de fazer. São Paulo: Globo, 2009.
- CASTELLS, Manuel. Sociedade em Rede. **A era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CAPARELLI, S. Televisão e Capitalismo no Brasil, Rio de Janeiro: LPM, 1982.
- CIRNE, Livia. O telejornalismo brasileiro nos caminhos da digitalização. Campina Grande (PB), 2010. Anais Intercom.
- CRÓCOMO, F. A. **TV digital e produção interativa**: a comunidade recebe e manda notícias. 2004. 189 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2004.
- CRUZ, R. B. Fora da caixa - o processo de decisão sobre os sistema de TV digital no Brasil. 2006, 1v., 258 p., Doutorado. Universidade de São Paulo, Ciências da Comunicação, São Paulo. Disponível em: Acesso em: 10 de jun. de 2014.
- COUTINHO, Iluska. **Telejornalismo e identidade em emissoras locais**: a construção de contratos de pertencimento. In VIZEU, Alfredo (org). **A sociedade do telejornalismo**. RJ Vozes, 2008. p. 91-105.
- COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo**: a estrutura narrativa em redes de TV e em emissoras locais de Juiz de Fora-MG. Rio de Janeiro: Mauad-X,
- LADEIRA, Wânia Terezinha. **Teoria e Métodos de Pesquisa Qualitativa em Sociolinguística Interacional**. In. Revista de Ciências Humanas, 2007.

CRUZ, R. B. Fora da caixa - o processo de decisão sobre os sistema de TV digital no Brasil. 2006, 1v., 258 p., Doutorado. Universidade de São Paulo, Ciências da Comunicação, São Paulo. Disponível em: Acesso em: 10 de jun. de 2014.

LEMOS, A. A cultura da mobilidade. In: Revista Famecos. n. 40. Porto Alegre, 2009. p. 28- 35.

DIZARD Jr., Wilson. **A Nova Mídia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

LEMOS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo: sobre interatividade e interfaces digitais**. 1997. Disponível em: http://www.lume.ufrgs.br/bitstream_id/7759/000449573.pdf%253Flocale%253Den

GOBBI, M.C; KERBAUY, M.T. Televisão digital: informação e conhecimento. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. 302 p. Disponível em: < http://www.gingadf.com.br/blogGinga/livro/TV_Digital_Informacao_Conhecimento.pdf f> Acesso em: 10 de jun. de 2014.

HAGEN, Sean. **Jornalismo, mito e linguagem: uma abordagem teórica dos apresentadores-estrela**. In VIZEU, Alfredo (org). **Sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 29-45.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MUSSE, Christina Ferraz. **Telejornalismo e imaginário urbano: a cidade na TV**. Niterói (RJ): UFF, 2008. Anais do Congresso Nacional de História da Mídia.

MANZINI, José Eduardo. **Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros**. In. Seminário Internacional Sobre Pesquisa e Estudos Qualitativos. Bauru, São Paulo (SP), 2009.

_____. **Uso da entrevista em dissertações e teses produzidas em um Programa de Pós-Graduação em educação**. In. Revista Percurso Nemo. Maringá, Paraná, 2012.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão levada a Sério**. São Paulo: Editora Senac, 3a. ed, 2003

MACHADO FILHO, Francisco. **Segunda tela: tendências, oportunidades e modelo de negócio concomitante à TV digital aberta no Brasil**. Manaus (AM), 2013. Disponível em anais Intecom.

MATTOS, S. **A história da TV Brasileira**. 4 ed: Vozes, 2002

MARTINS, Elaide. **Telejornalismo na era Digital: aspectos da narrativa transmídia na televisão de papel**. SBPJor, 2012.

MCLUHAN, Marshall. **“Os meios de comunicação como extensão do homem”**. 4ed. São Paulo Tradução: Décio Pignatari, 1964, Editora Cultrix, 1995.

MUSSE, Christina Ferraz; PERNISA, Mila Barbosa. telejornalismo: novos formatos no cenário de crise da TV aberta. 2011, Revista Alterjor

PATERNOSTRO, Vera Íris. O texto na TV: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

PAGLIA, Ernesto. JN No ar. 2011. Disponível em:
<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/jn-no-ar.htm>

PERNISA JUNIOR, Carlos. **Segunda tela**: uma abordagem sobre narrativas. Disponível em anais do VIII Simpósio Nacional da ABCiber, 2014.

PRAZERES, Selma Miranda dos; GOBBI, Maria Cristina. **Telejornalismo na era digital**: interatividade e acesso à informação. Manaus (AM) 2013. Anais da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Da observação participante à pesquisa-ação em comunicação**: pressupostos epistemológicos e metodológicos. Belo Horizonte (MG) 2003. Anais da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

PRIMO, Alex. Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

ROSSINI, Patrícia; LEAL, Paulo. **Personagens políticos na Era Digital**: a construção das personas dos pré-candidatos à presidência de 2010 no Twitter. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul: 2010.

SIQUEIRA, Fabiana Cardoso. **O efeito de participação do real representado e o surgimento de um novo valor-notícia**: o flagrante único de coprodução no telejornalismo. Tese de Doutorado em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, 2012.

SILVA, Diony e BARA, Gilze. O processo de identificação no Telejornalismo regional. O público e o MGTV. Foz do Iguaçu, PR, 2012.

SOUZA FILHO, Washington José de. **O desafio da convergência profissional: a mudança do perfil do jornalista na edição da notícia na TV Digital**. In. Leituras do Jornalismo, 2014.

SCHLITTLER, João Paulo. **Design de interação para TV Digital**: convergência das mídias e o Sistema Brasileiro de TV Digital. 2011.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; PIMENTEL, Tatiane Dias. **Televisão e Internet: Interatividade entre as duas Mídias e a abertura de um novo espaço para a cidadania**. Curitiba (PR). Anais da do Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo:** Porque as notícias são como são, Florianópolis: Editora Insular, vol. II. 2005.

TOURINHO, Carlos. **Uma nova para a Televisão:** Telejornalismo interativo: entre a promessa e a realidade. Rio de Janeiro (RJ), Editora Chiado, 2015.

THOMPSON, J. B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

VIZEU, Alfredo. **Coprodução de notícias na TV:** jornalismo de apuração ou de disseminação?. Santa Catarina (SC). Disponível em Periódicos da UFSC, 2013.

_____. **65 Anos De Telejornalismo:** das “notícias fordistas” às “notícias flexíveis”. Compós, 2006.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público:** uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa.** Trad. Karina Jannini. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

Sites e outros produtos midiáticos consultados:

DALVI, Bruno. Entrevista concedida a Diony Silva. Vitória, 2015 (áudio)

AVANZA, Juliana. Entrevista concedida a Diony Silva. Vitória, 2015 (áudio)

BRANDÃO, Sayonara. Entrevista concedida a Diony Silva. Vitória, 2015 (áudio)

ABAURRE, Teresa. Entrevista concedida a Diony Silva. Vitória, 2015 (áudio)

SITE DA REDE GAZETA. Vitória. Disponível em:

<http://gazetaonline.globo.com/index.php?id=/redegazeta/midias/index.php>

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1310-1.pdf>

<http://portfoliodeveiculos.meioemensagem.com.br/portfolio/veiculos/TV+GAZETA+-+CANAL+4/23275/home>

<http://www.portaldosjornalistas.com.br/noticias-conteudo.aspx?id=2197>

SITE TV GLOBO. Vitória. Disponível em: <http://www.globo.com>

SITE SBT. Vitória. Disponível em: <http://www.sbt.com>

SITE BANDEIRANTES. Vitória. Disponível em: <http://www.bandeirantes.com.br>