



## ABC Digital<sup>1</sup>

Fernanda Chocron MIRANDA<sup>2</sup>;

Diolene Borges Machado, Suzana Cunha Lopes, Dandara Silva de Almeida, Fabrício Natalino Bentes Queiroz, Graziella Câmara Mendonça, Killzy Kelly Lucena, Larissa Ribeiro Bezerra, Lorena Silveira Ferreira, Lorena da Silva Claudino, Lucila Jenille Moraes Vilar, Raphael Pacheco, Suanny Lopes Costa, Vanessa Brasil de Carvalho,

Filipe Lobo da Silva<sup>3</sup>

Maria Ataíde Malcher<sup>4</sup>

Universidade Federal do Pará, PA

### RESUMO

Dentre as principais funções do jornalismo, está a tarefa de dar visibilidade a informações úteis para a população. Nesse sentido, foi construído um vídeo de caráter experimental que disponibiliza ao público em geral informações sobre os possíveis usos da TV Digital, ainda em processo de implantação no Brasil. Levando em consideração seu potencial interativo, nos diferentes níveis propostos por Fernando Crocomo, as mudanças no formato de inserção de anúncios publicitários, as possibilidades de modelagem de conteúdo e o aspecto ético da possível utilização dos canais de interatividade da nova TV, este trabalho propõe uma forma diferenciada de informar, a partir de exemplos didáticos e simulações de uso por um apresentador-personagem que informa o público a partir do local mais conhecido pelo telespectador brasileiro: o sofá da sala de estar.

**PALAVRAS-CHAVE:** TV Digital; Jornalismo Utilitário; Interatividade; Privacidade; Modelagem de conteúdo.

### INTRODUÇÃO

TV Digital? Será que os brasileiros a conhecem? Desafiados a dar visibilidade e informar a população sobre o assunto, alunos da turma de 2007 do curso de graduação

---

<sup>1</sup>Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção em Jornalismo Utilitário.

<sup>2</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Graduação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Pará (UFPA), bolsista PIBIC/CNPq do Projeto de Pesquisa Ciência e Comunicação na Amazônia, integrante da pesquisa ABC Digital, do Grupo de Pesquisa em Audiovisual e Cultura, do CNPq, e colaboradora dos projetos desenvolvidos na Academia Amazônia (FACOM/UFPA). E-mail: [nandachocron@gmail.com](mailto:nandachocron@gmail.com).

<sup>3</sup> Co-autores do trabalho e estudantes do 7º semestre do Curso de Graduação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo e Publicidade e Propaganda, da Universidade Federal do Pará. E-mails, respectivamente: [diolenemachado@hotmail.com](mailto:diolenemachado@hotmail.com), [suzanaclopes@yahoo.com.br](mailto:suzanaclopes@yahoo.com.br), [dand\\_journal\\_ufpa@yahoo.com.br](mailto:dand_journal_ufpa@yahoo.com.br), [fabricao\\_nbq@yahoo.com.br](mailto:fabricao_nbq@yahoo.com.br), [graziella\\_camara@hotmail.com](mailto:graziella_camara@hotmail.com), [lrbcomunicacao@gmail.com](mailto:lrbcomunicacao@gmail.com), [dj.lo@ig.com.br](mailto:dj.lo@ig.com.br), [lorensf@hotmail.com](mailto:lorensf@hotmail.com), [lucilavilar@hotmail.com](mailto:lucilavilar@hotmail.com), [rpacheco.com@gmail.com](mailto:rpacheco.com@gmail.com), [susujornalista@gmail.com](mailto:susujornalista@gmail.com), [nessavbc@yahoo.com.br](mailto:nessavbc@yahoo.com.br), [flp.lobo@gmail.com](mailto:flp.lobo@gmail.com).

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Professora adjunta da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará e coordenadora do projeto Ciência e Comunicação na Amazônia (CIECz). E-mail: [ataidemalcher@uol.com.br](mailto:ataidemalcher@uol.com.br).



em Comunicação Social, da Universidade Federal do Pará, se envolveram no primeiro semestre de 2009, em um longo processo de produção na linguagem audiovisual.

Produzido durante o Laboratório de Telejornalismo, o ABC Digital é um vídeo de caráter experimental que simula possíveis usos dos recursos tecnológicos da nova TV, que o telespectador poderá se apropriar, como a possibilidade de voltar um determinado programa, fazer download de arquivo e pedir pizza pelo controle remoto.

O programa, com 18 minutos de duração, também propõe, a partir de situações vivenciadas pelo personagem no sofá da sala de estar, a reflexão a respeito dos níveis de interatividade propostos por Crocomo (2007), da mobilidade e portabilidade – característica central do modelo japonês de TV Digital, adotado pelo Brasil – e de questões éticas que envolverão os possíveis usos dos canais de interatividade.

## **OBJETIVO**

O programa ABC Digital tem como objetivo levar, de forma clara e didática, informações sobre a TV Digital, prestando assim um serviço à população, que ainda permanece desinformada sobre o assunto.

A proposta é chamar a atenção do público e esclarecer, mesmo que de forma pontual, dúvidas sobre os possíveis usos da TV Digital, a partir da simulação do funcionamento de algumas de suas futuras ferramentas. Além disso, este trabalho propõe a ampliação do debate a respeito do tema, sobretudo, entre profissionais e estudantes da área de Comunicação.

## **JUSTIFICATIVA**

Ainda em processo de implantação, a TV Digital é um assunto desconhecido para a maioria dos brasileiros. Apesar do sinal já estar presente em várias cidades brasileiras, a nova TV é desconhecida entre os próprios profissionais e estudantes da área da comunicação. Durante o processo de construção do vídeo, foi preciso que o próprio grupo “mergulhasse” no assunto, por meio de diversas leituras, na tentativa de capturar os pontos mais importantes para serem abordados durante o programa.

É preciso ter em mente que a mudança do padrão analógico para o digital afetará grande parte dos brasileiros, já que a televisão se constitui como o principal meio de comunicação do país. Somente no Estado do Pará, que compõe a região Norte do país, a



televisão está presente em mais de 90% dos lares paraenses. Daí a importância de ampliar o debate sobre TV Digital ou, mesmo iniciá-lo em nossa região.

Mesmo se tratando de um veículo com essa magnitude, que precisa ser “levado a sério” como indica Arlindo Machado (2005), de acordo com Malcher e Miranda (2009), a TV Digital, recém chegada à Belém (PA), foi anunciada pela mídia local<sup>5</sup> a partir de uma visão reducionista. A cobertura feita pelos veículos de comunicação de três grupos de comunicação que assinaram a consignação do sinal no Estado do Pará é voltada a um único aspecto: a imagem de alta definição. Este posicionamento reflete o que Wolton (2006) chama de “ideologia técnica” que ainda predomina no campo da comunicação.

Ao estudar TV Digital para construção desse programa, percebemos a necessidade de ir além de seu viés tecnológico, principalmente se pensarmos o potencial de mudança que esse meio pode causar em uma região como a Amazônia. Mais que mostrar os recursos tecnológicos, optamos por dar visibilidade e propor a reflexão sobre a possibilidade de apropriação que o público poderá fazer da nova TV. Por isso, é preciso visualizar suas potencialidades e refletir sobre as formas como o novo padrão de televisão atenderá às necessidades da região.

Nesse sentido, a equipe do ABC Digital se preocupou em refletir sobre diversos aspectos da nova TV, entre eles o conceito de interatividade. Tendo como base teórica os estudos de Crocomo (2007), o ABC Digital propôs a simulação dos três níveis de interação defendido pelo autor, que vão além das possibilidades de compra e de disponibilização de informações “extras” para o usuário, chegando a permitir um canal de mão-dupla, a partir do qual será possível o envio de conteúdo para veiculação pelo próprio telespectador, ou futuro “usuário”.

Devido à importância do debate, os conceitos de portabilidade e de privacidade, relacionada ao uso dos canais de interatividade também ganharam destaque durante o ABC Digital. Segundo LOSS (2008),

“... sem uma perspectiva jurídica clara (...), há uma grande possibilidade de que a ideologia dos telespectadores, seus dados sobre as preferências (...) terminem sendo totalmente mapeados e comercializados pelas redes de acesso ao sistema interativo das emissoras”. (LOSS, 2008, p.81)

---

<sup>5</sup> “No início do segundo semestre de 2009, três emissoras de televisão da capital paraense, TV Liberal (afiliada à Rede Globo), Rede Record Belém (afiliada à Rede Record) e Rede Brasil Amazônia de Comunicação (afiliada à Rede Bandeirantes), assinaram a consignação do sinal digital” (MALCHER; MIRANDA, 2009, p. 02)



Ainda tomando como referência a experiência desenvolvida por Crocomo (2007), percebeu-se ao longo do processo de construção do ABC Digital a importância de pensar um produto “didático”, que colaborasse no processo de “alfabetização digital”, o que se deu a partir do próprio entendimento da linguagem da TV por parte do grupo. Baseado nesse aspecto definiu-se o nome do programa, que dá a ideia de aprendizado e, porque não dizer, alfabetização, como se refere Crocomo (2007).

Dessa forma, equipe do ABC Digital encontrou no gênero televisivo a melhor forma de chamar a atenção do público para o tema. A partir dessa linguagem foi possível tornar compreensível as possibilidades de uso dos recursos da nova TV, bem como as mudanças no formato dos conteúdos.

Ainda na tentativa de aproximar o público, utilizou-se como cenário para essa simulação o tradicional sofá da sala de estar. A tentativa era mostrar que aquele cenário sofrerá mudanças e, agora, poderá coexistir com muitos outros (rua, ônibus, local de trabalho, sala de aula, etc.), já que a TV Digital poderá ser assistida por diversos suportes tecnológicos, como o celular e o computador.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Definida a proposta de trabalhar com TV Digital, foram desenvolvidas várias reuniões para decidir que pontos seriam abordados durante o programa. A partir daí, a equipe foi dividida em quatro grupos. A ideia era que uma parte da turma pensasse e executasse a estrutura base do ABC Digital (apresentação, abertura, artes, etc.) e as outras três encarassem o desafio de “modelar” conteúdos já com base nas premissas da nova TV, inclusive fazendo o exercício de “adaptar” produções anteriormente idealizadas para o padrão analógico de TV, para o digital. Esse foi o caso do documentário em vídeo “Bikesom”, que retrata a realidade de moradores de um bairro na periferia de Belém que “fazem propaganda” através de um equipamento de som, instalado na traseira de suas bicicletas.

De forma integrada, o grupo iniciou uma série de leituras específicas sobre TV Digital, além de ampliar o contato com literatura complementar de televisão, sobre gêneros e formatos dessa linguagem, bem como construção de roteiro e fases de construção de um vídeo.

A partir do ABC Digital, a equipe passou por todas as fases de construção de um produto audiovisual, desde a pré-produção (concepção; pesquisa; locação; personagens;



etc.), produção (filmagens; articulação equipe para que tudo que foi previamente produzido ocorra; etc.) e pós-produção (decupagem; edição; arte; finalização; revisão; disponibilização; etc.).

Para viabilizar a construção do ABC Digital, foi necessário ainda um exercício de simulação da interface da nova TV. Após leituras e pesquisa imagética, foi formada uma parceria com um aluno da habilitação de Publicidade e Propaganda do Curso, bem como o editor de audiovisual para a construção e animação das “artes”. Sem esse exercício de construção em conjunto, não seria possível finalizar o produto, já que toda a narrativa dele se constrói a partir de planos fechados na interface de menus de canais e espectros.

## DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O ABC Digital é um vídeo experimental que leva ao público em geral informações sobre TV Digital, através de simulações e exemplos de uso de seus recursos. A narrativa do programa é conduzida por um apresentador-personagem que “está assistindo a nova TV”. A partir de algumas situações que se passam no sofá da sala de estar, o apresentador simula o uso de uma série de ferramentas, bem como opta por assistir programas que exemplificam as mudanças no formato de produção para TV, produzidos pela equipe do ABC Digital.

Além da apresentação do programa, o produto ABC Digital é constituído por:

- Vinheta: construída a partir de fotos de rostos de pessoas (voluntários) com expressão de estranhamento e desconhecimento em relação à TV Digital. Esta começa com a digitação da pergunta: TV Digital? Em seguida entram as fotos com efeito de *stop motion*, e a assinatura do programa.
- “Amazônia que a gente conhece”: enquete feita nas ruas de Belém a respeito da concepção de Amazônia os moradores têm sobre a região em que vivem. Neste produto foi possível observar a adaptação do tempo desse tipo de produção, além das mudanças na forma de inserção de anúncios publicitários. Na tentativa de exemplificar essa questão, os autores do programa usaram como estratégia a gravação das entrevistas em espaços com anúncios publicitários, como *outdoors*, *frontlights* e paradas de ônibus. A partir dessa produção foi possível exemplificar o nível um de



interatividade indicado por Crocomo (2007), que seria a interação do usuário com informações que estão dadas, ou seja, que são disponibilizadas pelas emissoras periodicamente e ficam armazenadas no conversor, o *set-top-box*, como resumos de programas, etc. Além disso, foi exemplificada a possibilidade de “voltar” determinado programa, de compra pela TV e de possíveis problemas gerados pelo uso indevido das informações que ficarão armazenadas no conversor, dando visibilidade, assim, ao debate em torno da privacidade relacionada ao uso dos canais de interatividade.

- “Bikesom”: documentário em vídeo seriado, que em três episódios independentes um do outro, retrata a história e trajetória de moradores de um bairro da periferia de Belém que, através de um equipamento de som e uma bicicleta, circulam pelas ruas fazendo propaganda. A partir desse produto foi possível experimentar a adaptação de uma produção idealizada para o formato analógico, para o meio digital, sobretudo, no formato como o programa se apresenta: multiplataforma. Já pensando na portabilidade e mobilidade, o Bikesom foi pensado para ser assistido em diferentes suportes, daí a necessidade de redução do tempo dos episódios.
- “Viajando”: programa com três episódios, gravado com um aparelho de celular, que simula como seriam produtos construídos pelo próprio telespectador. Nesse caso, os autores do vídeo era um grupo de amigos que resolve conhecer lugares diferentes, daí o nome do programa. Esse produto coloca em prática o terceiro nível de interatividade (Crocomo, 2007), através do qual será possível que o usuário envie conteúdo para veiculação na TV. Através do Viajando, o ABC Digital simula o uso de uma das mais importantes potencialidades da nova TV. Com esse nível de interatividade, será possível, por exemplo, revolucionar as práticas de educação a distância, que já faz um grande trabalho de democratização do acesso ao ensino, através da internet, que em nossa região ainda é realidade para pouco mais de 8% da população.

## CONSIDERAÇÕES

Participar do processo de construção de um programa como o ABC Digital foi um grande desafio. Além do desconhecimento que ainda há sobre a TV Digital, foi



necessário “mergulhar” no assunto para, posteriormente, montar um produto que levasse informações ao público de maneira didática, para que este se aproprie. Para isso, o processo foi permeado do início ao fim por um constante exercício de reflexão. Pensando sempre a comunicação como um processo, que vai além dos meios de comunicação e da técnica.

Além disso, foi possível vivenciar as diferentes fases de um produto audiovisual, verificando a importância do trabalho conjunto de uma equipe e da troca de experiências e idéias entre seus membros. E o árduo processo de “transcodificação” da informação, na tentativa de deixar o produto o mais compreensível e didático possível.

Apesar de termos conseguido finalizar um produto como esse e, sobretudo, termos vivenciado e constatado um enorme crescimento da equipe, que continuou os estudos sobre TV Digital, após o produto, é possível apontar, em um processo de auto-avaliação necessária, que os resultados alcançados pelo programa ainda se deram de forma não ideal e inacabada, característica comum do próprio processo de comunicação. Por isso, encaramos essa apenas como a primeira das experiências no âmbito da reflexão sobre a TV Digital e seus possíveis usos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CROCOMO, Fernando Antônio. **TV Digital e produção interativa: a comunidade manda notícias**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2007.

LOSS, Márcio Rogério. **A TV Digital e a Invasão de Privacidade**. Sorocaba-SP: Editora Minelli, 2008.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

MALCHER, Maria Ataíde; MIRANDA, F. C. **A “chegada” da TV Digital no Pará**. Artigo nos Anais do I Simpósio Internacional de TV Digital. Disponível em [http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/simtdv/anais/MALCHER%3b%20CHOCRON%20-%20A%20chegada%20da%20TV%20Digital%20no%20Par%e1%20\(606-628\).pdf](http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/simtdv/anais/MALCHER%3b%20CHOCRON%20-%20A%20chegada%20da%20TV%20Digital%20no%20Par%e1%20(606-628).pdf)

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

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

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina**. Tradução: Sérgio Alcides. 3.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

SOUZA, José C. Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.



WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação.** Tradução de Vanise Pereira Dresch.  
– São Paulo: Paulus, 2006. (Coleção Comunicação).