



Personalizar para interagir: uma proposta de <hiper>telejornal e suas principais questões¹

Patrícia AZAMBUJA²
Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO

O artigo aqui proposto utiliza como referência inicial algumas questões levantadas na experiência com um roteiro hipermediático adaptado para o telejornalismo, a partir do qual, tem-se como objetivo incorporar, em base convergente, recursos de navegação não-linear e formas de organização que atendam interesses diversos na relação produtor de conteúdo e telespectador/usuário. A aplicação baseada em estilo de programação declarativa e para ser suportada pelo *middleware* Ginga-NCL não pretende, de início, operar fórmulas ou modelos para TV Digital, mas, levantar e analisar questões sobre os usos dessas ferramentas.

PALAVRAS-CHAVE: digitalização, personalização, interação, TV Digital, telejornalismo.

Uma sinalização curiosa em relação aos meios de comunicação diz respeito a como algumas possibilidades, entre elas, a interação e a segmentação, aparecem de forma recorrente nas análises sobre os processos comunicacionais. Antes mesmo até do próprio advento da internet, revistas, jornais, espectro de radiofrequência, walkmans, vídeo-cassetes, controles remotos, conteúdos por assinatura já davam visibilidade a este tema ou articulavam situações efetivas para o entendimento de estruturas potencialmente personalizadas. Wilson Dizard (2000), em *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*, discorre sobre essas influências que, segundo ele, já vinham definindo novos direcionamentos para os meios de comunicação de massa. A nova mídia, para Dizard (2000), assume outros desafios e o principal está relacionado à descentralização das fontes de produção e distribuição de conteúdos. “Além disso, a nova mídia em geral fornece serviços especializados a vários pequenos segmentos de público” (p.23). É no suporte digital, a partir do qual há possibilidade de fluxo de multiconteúdos em base

¹ Trabalho apresentado no DT 5 Multimídia – GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Departamento de Comunicação Social – Universidade Federal do Maranhão e doutoranda em Psicologia Social – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Email: patriciaazambuja@yahoo.com.br



eletrônica comum e canal bidirecional, que consumidores de informação e entretenimento consolidam uma possível relação de autonomia em relação aos meios.

Como dizem os analistas econômicos John Browning e Spencer Reiss, ‘a mídia velha divide o mundo entre produtores e consumidores: nós somos autores ou leitores, emissoras ou telespectadores, animadores ou audiência; como se diz tecnicamente, essa é a comunicação um-todos. A nova mídia, pelo contrário, dá a todos a oportunidade de falar assim como de escutar. Muitos falam com muitos – e muitos respondem de volta (DIZARD, 2000, p.23).

A combinação entre “mídias clássicas e novas mídias” (DIZARD, 2000, p.20) faz emergir questionamentos nem sempre tão antigos no que se refere às relações humanas. Um destes: o de participação efetiva nos processos comunicacionais. Apesar de passar pelo desenvolvimento de novas tecnologias, hoje, parece claro que questões ligadas ao consumo de informações, na verdade, são norteadas por necessidades humanas e direcionamentos sociais recorrentes. Segmentar e interagir, portanto, aparecem como realidades indissociáveis e são duas situações que estão muito próximas à ideia de liberdade.

Raquel Recuero (2009), por exemplo, define a interação como elemento fundamental para as relações e os laços sociais. Portanto, ação e reação como reflexos comunicativos entre o indivíduo e seus pares. Em seu trabalho *Redes Sociais na Internet*, a pesquisadora analisa as possibilidades interativas no ciberespaço e a complexidade na medição via computadores, inclusive, ao identificar diferentes níveis de relacionamento nesses espaços. A interação social, portanto, está envolvida com a comunicação entre atores e, de alguma forma, também, com os suportes utilizados para este fim. Destaque para a relação dialógica que vem sendo incorporada aos mecanismos da rede, gerando interações mútuas capazes de produzir grandes reflexos na ação comunicativa.

Para Manuel Castells (2003), embora a internet tenha efeitos esmagadores sobre a própria prática social, ela “não parece ter um efeito sobre a configuração da vida cotidiana em geral, exceto por adicionar interações on-line às relações sociais existentes” (p.100). Entende-se, portanto, para Castells (2003), a internet potencializa (maximiza ou minimiza) relações já existentes. Não as cria. E, nesse sentido, corrobora os indícios em torno dos conceitos de interação, segmentação e liberdade.

A própria ideia de autonomia é entendida, nesse caso, como pressuposto para os processos comunicacionais mediados por tecnologias diversas, e a relação específica com a internet fortalece ainda mais esse debate. Castells (2003), por exemplo, analisa amplamente origens e influências da rede mundial de computadores, situadas antes mesmo da consolidação de suas ferramentas no século XXI. Identifica o que chamou de



“cultura da internet”, introduzida a partir de 1960 numa convergência clara entre comunidades acadêmicas, virtuais, de hackers e empresas. Essa influência coletiva transcende interesses individuais e, de uma forma ou de outra, define novos comportamentos: juntas (cultura tecnomeritocrática, hacker, comunitária virtual e empresarial) instituem a ideologia da liberdade. “A Cultura da Internet é a cultura dos criadores da Internet” (CASTELLS, 2003, p.34). E entendendo o conceito de cultura como um conjunto de valores e crenças que definem comportamentos, enfatiza o “modo como as pessoas adaptam a Internet às suas vidas, em vez de transformar seu comportamento sob o ‘impacto’ da tecnologia” (CASTELLS, 2003, p.107).

Portanto, rotinas desenvolvidas nas redes de cooperação voltadas para projetos tecnológicos somam-se à dimensão social do compartilhamento e da ideia de ciência como bem comum, produzindo “uma cultura de convergência entre seres humanos e suas máquinas num processo de interação liberta” (CASTELLS, 2003, p.45).

Por se tratar de uma tecnologia maleável, a internet propõe outros padrões sociotécnicos de interação, em condições agora de organização em rede, reforçada por laços seletivos, interesses e valores individuais. As redes são definidas, portanto, pelas estratégias dos atores sociais (sejam individuais, familiares ou outros grupos), e os critérios de espacialidade deixam de ser as formas fundamentais de sociabilidade. Manuel Castells (2000) analisa o individualismo na rede como um padrão. Não como sinônimo de indivíduos isolados, mas, como organismos que têm como referência afinidades e projetos comuns. Para ele, não é a internet que cria esse padrão, mas, é a sua utilização massiva como suporte material para as trocas comunicacionais individuais que o faz.

Após a transição da predominância de relações primárias (corporificadas em famílias e comunidades) para a de relações secundárias (corporificada em associações), o novo padrão dominante parece fundar-se no que poderíamos chamar de relações terciárias, ou no que Wellman chama de “comunidades personalizadas”, corporificadas em redes egocentradas. Representa a privatização da sociabilidade. Essa relação individualizada com a sociedade é um padrão de sociabilidade específico, não um atributo psicológico (CASTELLS, 2003, p.108).

Enfim, o padrão de individualismo em rede desenha novos critérios de sociabilidade, e o que de alguma forma sempre esteve baseado no suporte tecnológico, hoje, amplia as chances de articulações entre indivíduos, a partir das possibilidades de escolha entre interesses particulares. Assim, o individualismo em rede pode tornar-se forma dominante entre as práticas sociais existentes.



Ambientes digitais, convergência e interação

Aos novos direcionamentos de sociabilidade que emergem através de estratégias e ferramentas da internet soma-se a sua aplicação em outros ambientes digitalizados. A televisão, por exemplo, em sua base digital disponibiliza então um número de possibilidades nunca antes imaginado em contexto analógico. Sua base convergente, característica já reivindicada por Peter Greenaway para o vídeo (antes por Richard Wagner, em relação à ópera e por Eisenstein, em relação ao cinema), caracteriza o que se observa como a síntese de todas as artes e mídias (MACHADO, 2008), um conjunto potencializado hoje pela base hipertextual. Vicente Gosciola (2003), em *Roteiro para Novas Mídias* analisa o audiovisual multimídia na sua aproximação ao que chamou linguagem hipermídia, quando da sua conexão com o som digitalizado, animação, vídeo, realidade virtual e banco de dados. Enfim, hipermídia seria o resultado do conjunto de meios que permitiria “acesso simultâneo a textos, imagens e sons de modo interativo e não-linear, possibilitando fazer links entre elementos de mídia, controlar a própria navegação e, até, extrair telas, imagens sons cuja sequência constituirá uma versão pessoal do usuário” (GOSCIOLA, 2003, p.33). A linguagem hipermídia, portanto, propõe um entendimento mais complexo para os conteúdos multimídia, pois além de definir-se por situações convergentes, pressupõe a necessidade de ação interativa para o seu uso.

É possível compreender, a partir daí, uma complexidade cada vez maior quando o assunto são as novas mídias: o volume de conteúdo possível em um único espaço e os diferentes níveis de interatividade³ tornam o trabalho de roteirização ainda mais complexo. No entanto, também parece propor um caminho sem volta.

Utilizando como referência os jogos eletrônicos - exemplos de formas culturais nativas dos computadores – observa-se como ganham cada vez mais espaços como formas de interação social. E as novas mídias, não mais compreendidas apenas pelos seus aspectos técnicos, despertam interesse como “objetos culturais que usam a tecnologia computacional digital para distribuição e exposição” (MANOVICH, 2005, p.27).

Resumindo, as novas mídias podem ser compreendidas como o mix de antigas convenções culturais de representação, acesso e manipulação de dados e convenções mais recentes de representação, acesso e manipulação de dados. Os “velhos” dados são representações da realidade visual e da experiência humana,

³ Apesar da noção de interatividade encontrar-se aqui, inicialmente, atrelada às questões tecnológicas dos possíveis canais de retorno para aplicativos na TV Digital, percebemos a necessidade de compreendê-la em sentido mais amplo, como uma interação que pareça inevitável e que possa, gradativamente, tornar-se menos reativa, isto é, menos vinculada a roteiros pré-definidos. Para, assim, tornar possível a ampliação do número de escolhas reais em um universo aberto de possibilidades, aproximando as questões envolvidas com a interatividade meramente técnica aos padrões sociais de interação.



isto é, imagens, narrativas baseadas em texto e audiovisuais – o que normalmente compreendemos como “cultura”. Os “novos” dados são dados digitais (MANOVICH, 2005, p.36).

Instituiu-se aí a convergência entre diferentes forças e convenções culturais. Além da correlação de conteúdos diversos em espaço comum, esse mix envolve formas culturais maduras - já incorporadas na relação com os meios -, às convenções dos softwares de computador. “Como resultado dessa mistura, conseguimos híbridos estranhos como ‘mapas de imagem’ clicáveis, paisagens de dados financeiros navegáveis [...], ícones animados – uma espécie de microcinema da cultura computadorizada” (MANOVICH, 2005, p.37). É o que Lev Manovich (2005) definiu como “estética da cultura informática inicial” (p.37): estratégias que acompanham toda nova tecnologia, por exemplo, na sua relação com o acesso, com a representação do real, com a instantaneidade ou na distância entre observador e observado. Já Rodrigo Bomfim Oliveira e Roberto Ribeiro Miranda Cotta (2009) fazem referência à “estética de recepção”, a partir da qual há possibilidade de recriação da obra no momento da recepção, em especial, pelas ressignificações possíveis nos espaços deixados em abertos.

De alguma maneira, características como as percebidas em ambientes exclusivamente digitais migram e começam a influenciar outros contextos de comunicação.

Muitas décadas de produção de mídia analógica resultaram em um enorme arquivo de mídias e é o conteúdo desse arquivo – programas de televisão, filmes, gravações de áudio, etc. – que se tornou dados brutos a serem processados, rearticulados, minados e reempacotados por meio de software digital – em vez da realidade bruta (MANOVICH, 2005, p.45).

Ana Sílvia Lopes Davi Médola (2009) afirma que a televisão não pode mais ser pensada exclusivamente a partir de paradigmas analógicos, pois, a linguagem televisual passa a sofrer influência decisiva (e mais efetiva) dos dispositivos digitais. Com isso, confirma sua tradição multimídia, num potencial de congregação de diferentes experiências culturais, valorizando o cruzamento de mídias e de conteúdos com o hibridismo de formatos. “Por sua função indicial, de contiguidade no processo de semiose hipertextual, a TV possibilita ao telespectador/interator trilhar percursos próprios de busca da informação na estética da hiperfragmentação” (p.259).

Arlindo Machado (2005) corrobora com Médola (2009) e vincula o sentido de qualidade para este meio ao potencial elástico de seu repertório. Televisão de qualidade, para o pesquisador, deve ser capaz de equacionar variedade.

Portanto, pensar possibilidades e conteúdos para a TV Digital, de uma forma ou de outra, passa pela compreensão de uma nova lógica em curso, fundamentalmente, a busca por compatibilizar antigas formas às novas possibilidades que emergem de práticas incorporadas em outros ambientes, de multiplicidade e de complexidade. Algo próximo ao que Carlos Alberto Scolari (2009) chamou de “hipertelevisão”, caracterizada pela “multiplicación de los programas narrativos em la series televisivas contemporáneas o la conformación de narrativas transmediáticas” (p.176).

Entre as antigas formas que ajudaram a caracterizar as “novas” propostas de fusão, podemos citar exemplos que desvelam algumas dessas influências.

Cadernalização: semente da segmentação nos processos massivos

O jornalismo impresso instituiu, na segunda metade do século XX, um período de modernização tecnológica responsável por mudanças radicais na produção de seus exemplares. Maior velocidade das modernas impressoras *offset*, melhor detalhamento das imagens em cores e um modelo racional para todo processo, muito provavelmente, colocaram a imprensa em um novo patamar, em um patamar de excelência industrial e comercial, que impôs novas formas de pensar a organização das notícias. Norval Baitello Junior, no prefácio feito para o livro de Rafael Souza Silva (2007), *Controle remoto de papel: o efeito do zapping no jornalismo impresso diário*, afirma que o saber lidar com o tempo é uma das estratégias mais preciosas e lucrativas nesses momentos, justificadas por duas situações indissociáveis: acelerar e subdividir.

O trabalho de Silva (2007) analisa o *Projeto Folha* - conjunto de mudanças implementadas pelo jornal Folha de S. Paulo no período entre 1974 e 1986 – e pondera sobre características que alteram o comportamento e a anatomia do jornalismo brasileiro naquele momento. Aspectos como sistematização modular, fragmentação e segmentação ganham destaque como práticas importantes na relação entre veículos de comunicação e seus espectadores. Silva (2007) compara telespectador e radiouvinte – os quais munidos de controles específicos rastreiam e sintonizam a programação à procura de interesses específicos - ao leitor de jornal e ao que chamou de “cadernalização” - termo utilizado por ele para designar a divisão editorial dos assuntos em cadernos definidos. O leitor de jornal, “numa relação análoga [aos espectadores de mídias eletrônicas], seleciona o caderno de leitura com assuntos específicos, desprezando vários outros que, certamente, terão públicos distintos” (p.14). Destaca assim, o efeito *zapping* - palavra originária da significação do corte, vinculada ao aparelho *ad-zapper*, inventado para promover a



sintonia dos programas das emissoras de rádio e televisão -, comparando-o ao aspecto lúdico do “recente” processo de “cadernalização” da mídia impressa diária.

Para Rafael Souza Silva (2007), novos modelos de racionalização espacial tinham como objetivo disciplinar os padrões de escrita. Modulação - jogo de tamanhos predeterminados no *layout* da página com a função de facilitar a leitura - e segmentação – paginação de cadernos por temas específicos - seriam alguns desses modelos. O que colocariam o jornalismo diário integrado às principais tendências do jornalismo contemporâneo.

Outros trabalhos desenvolvem essa mesma temática, incluindo a descrição de um cenário cultural rico em influências: movimentos de renovação nas artes plásticas, na música, no cinema, junto a um clima geral de expansão da economia. As ideias de modernização jornalística, em todos os âmbitos, somam-se às modificações na organização visual das notícias nas páginas e ao princípio da “subordinação do texto da notícia ao desenho da página” (LESSA, 1995, p.30). Washington Dias Lessa (1995) descreve o que chamou de introdução da “racionalidade estética na produção de massa” (p.10), assim como, o embrião da “cadernalização” analisada por Rafael Souza Silva, quando no *Jornal do Brasil*, em 1956, cria-se uma página feminina que aos poucos vai se transformando em caderno específico para assuntos culturais: *O Suplemento Dominical*.

De uma maneira ou de outra, aspectos relacionados à forma ganham destaque nos momentos de transformações tecnológicas e, no jornalismo impresso diário, redefinem o *layout* da página impressa, fundamentando-a nas escolhas dos leitores.

Confluência entre possibilidades técnicas e diferentes hábitos

Em certo sentido, a exposição às múltiplas situações de conteúdo obriga espectadores a terem uma percepção maior em relação aos conteúdos disponíveis, tornando-se, portanto, mais seletivos e, conseqüentemente, participativos. Características que articulam influências diversas: da televisão por assinatura às redes colaborativas da internet.

Las aplicaciones en la nueva televisión pueden ser múltiples: la posibilidad de navegación por parte de los espectadores para buscar ampliación de conocimientos en los programas de género informativo o documental; la confección de formatos específicos para los nuevos medios que posteriormente se emitan em TDT; la creación de nuevos formatos publicitarios que puedan incrustarse em los programas (como ya se hace em parte com el product placement), convergência de los formatos para la interactividad em Internet aprovechando la nueva estrategia de colaboración y participación de las redes sociales em la Web 2.0; creación de contenidos especializados y dirigidos a targets concretos de status económico, edad, de género y lengua (VILCHES, 2009, p.168).



É fato incontestável: internet e televisão são meios de comunicação distintos e incorporam rotinas de recepção também muito diferentes. No entanto, as influências mútuas entre estas estruturas técnicas e seus diferentes hábitos começam a diluir, inevitavelmente, as fronteiras entre algumas formas de comunicação. Lorenzo Vilches (2009) analisa a transformação pelas quais passam os modelos a partir das novas propostas tecnológicas: a televisão, por exemplo, vem sofrendo um progressivo distanciamento do modelo familiar de recepção em favor do individualismo. Questões individuais dos espectadores, em suas necessidades particulares, portanto, passam a definir as rotinas e as formas de relacionamento com o meio televisivo.

Um exemplo desse hibridismo na mudança de hábitos é analisado por Renata Prado Alves Silva (2009), no artigo *Fansub e scanlation: caminhos da cultura pop japonesa de fã para fã via web*, a partir do qual avalia como fãs de mangás e animes (publicações típicas do Japão) começam a romper com as barreiras de distribuição dos meios de comunicação convencionais. Através de redes colaborativas, os fãs (chamados *producers*) subvertem a programação na forma aplicada pelas emissoras. Renata Silva (2009) afirma que apesar de atuantes, fãs viviam às sombras na cultura de massas (2009, p.2) e com o uso da rede de computadores começam adequar cronogramas de exibição às suas necessidades. Também, utilizando-se de uma lógica colaborativa, e demonstrando um baixo grau de tolerância em relação aos procedimentos massivos, iniciam (ainda de forma amadora) suas próprias escalas de produção e distribuição: fazem cópias no momento da primeira exibição, organizam grupos de trabalhos, legendam e distribuem, através da internet, para os grupos de fãs espalhados pelo mundo. “Trata-se de um processo que encoraja a inteligência coletiva: na sociedade em rede as pessoas geram conhecimento através de comunidades e trabalham juntas para resolver problemas que não poderiam confrontar individualmente” (SILVA, 2009).

Isto serve tanto na relação com mangás e animes como para grande parte das séries televisivas. Para alguns espectadores, aguardar o momento exato de acompanhar o desenrolar da sua série preferida começa a parecer excentricidade, visto que seja cada vez mais possível e usual que tais acessos possam se dar em momentos a sua escolha. O próprio conceito de grade de programação fixa parece não mais atraente a este tipo de público, que prefere fazer as suas escolhas e definir sua própria programação.



Influência da hipermídia em produção telejornalística

Neste sentido, o artigo aqui proposto utiliza como referência algumas questões situadas na experiência com o projeto <hiper>telejornal⁴, a partir do qual, tínhamos como objetivo pensar um roteiro de hipermídia que incorporasse, no múltiplo possível pela base digital convergente, recursos de navegação não-linear e formas de organização a partir dos diferentes interesses do público espectador, notadamente, heterogêneo. Por isso, apesar de entendermos essa como uma proposta complexa do ponto de vista da produção (pelo dispêndio em relação ao modelo anterior), compreendemos também que a “cadernalização” adaptada ao telejornalismo poderia ajudar a incorporar, no jornalismo da televisão digital, possibilidades interativas importantes.

Especificamente, em roteiros para a hipermídia, antes de imaginar que a simples existência de um link seja um pressuposto para interação, importante perguntar o que poderá servir como estímulo para que ela venha a acontecer. A relação entre conteúdos e aspectos de usos, certamente, são instruções importantes a se considerar: cada aplicativo hipermidiático propõe uma estrutura, está inserido em um contexto, possui seus objetivos e deve ser entendido assim, dentro de universos bem específicos.

Nosso primeiro desafio, portanto, seria o de trabalhar de acordo com o que Lev Manovich chamou de “gramática do acesso”: no mix entre “antigas” formas de representação visual da experiência humana e os “novos” dados digitais. No entanto, conciliar situações tão divergentes inevitavelmente passa pela mudança de hábitos institucionalizados e pelo desafio de entender como as proposições para meios ditos convencionais podem convergir e potencializar estruturas em transformação. Segmentação e interação, certamente, são pressupostos significativos, pois apontam caminhos para redefinir as ferramentas no telejornalismo e incorporar novas rotinas às práticas anteriores.

O desafio agora, em específico no campo da televisão digital, é pensar propostas concretas e criativas para a sua programação que, de alguma forma, envolvam elaborações em torno da tecnologia utilizada para produção de aplicativos, mas, sobretudo, questões ligadas à funcionalidade desses aplicativos e ao conteúdo que será desenvolvido e recebido por intermédio de tais plataformas de comunicação. Nesse sentido o artigo de Felipe Muanis (2010) estabelece algumas dessas questões ao analisar textos fílmicos e seus diversos dispositivos materiais de exposição, explorando diferentes experiências

⁴ Peça prática produzida por alunos e professores do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão a partir da colaboração do Laboratório de Sistemas Avançados da WEB – LAWS, do Departamento de Informática (<http://www.laws.deinf.ufma.br>).



fílmicas: da momentânea imobilização da sala de cinema às facilidades do DVD. As distintas relações entre os dispositivos resultam em novas formas de leitura. “É no ato de ver o filme que se encontra a experiência fílmica e não no objeto em si. É na experiência de contato com o texto que seu leitor elabora um diálogo da sua percepção de mundo com o filme e os textos que o permeiam” (MUANIS, 2010, p.89).

No âmbito específico da TV Digital retoma-se esta discussão, pois, na sua passagem analógico/digital, a televisão em seu quesito materialidade parece servir de base para um grande número de possibilidades produtivas. Entre as principais teríamos o “suposto” controle do aparelho, conseqüentemente, do conteúdo apreendido. A relação cada vez mais individualizada com os televisores (antes, com o livro, os receptores de rádio e mais recentemente com a internet) faz dessa experiência solitária um elemento importante no contexto da TV. Felipe Muanis (2010) ao analisar esse poder de controle do filme, a partir do DVD como dispositivo de projeção, descreve “o poder de controle do filme pelo espectador, ‘personificado’ pelo próprio controle remoto” (p.90). As ferramentas de aceleração, de parada, retorno ou aproximação transformam o espectador de cinema e contribuem com novas incorporações estéticas para o audiovisual.

Tal materialidade amplia as possibilidades da releitura do filme, como na literatura, pois o filme vira objeto portátil que é colocado na prateleira e que pode ser retirado a qualquer momento, seja para vê-lo inteiro ou ver apenas uma passagem [...] A programação contínua e as interrupções transformariam o texto fílmico criando uma nova forma do seu leitor se relacionar com ele. Com o texto e com o meio. A fragmentação que surge na neotelevisão, as meta imagens, o *zapping*, proporcionam uma forma do espectador lidar com a televisão que é mais presencial do que conteudística o que, contudo, não elimina a busca por textos na televisão (MUANIS, 2010, p.91).

Lorenzo Vilches (2003), no livro *Migração Digital*, afirma que para o usuário das novas tecnologias, incluindo a televisão, “oferece-se um mundo no qual a felicidade consiste em ter muitas opções [...] Frente a essa multiplicação da oferta, e devido ao possível colapso das audiências, por overdose de imagem e de informação [...] é preciso buscar o espectador ativo” (p.212). A discussão sobre “novas audiências” ganha contornos significativos neste momento, quando a heterogeneidade cultural pode ser acessada por cada indivíduo, a partir dos quais, escolhas prescindem diferentes competências.

Vê-se emergir um grande número de possibilidades técnicas, materiais e humanas, assim como, um universo estético também diferenciado. Lorenzo Vilches (2009) afirma ser muito cedo para definir-se uma estética digital por excelência, mas, aponta para a diluição da era do específico “um leguaje para cada género, una estética para cada suporte



– es el punto de partida para cualquier reflexión sobre los efectos estéticos de la TDT” (p.168), e corrobora, sobre a TV Digital, um campo disponível para aplicações estéticas baseadas em fragmentação da narrativa, repetição e interrupção. Lev Manovich (2005), inclusive, pondera sobre uma possível “gramática da interrupção” e busca paralelos desse estilo estético em Jorge Luiz Borges ou Vannevar Bush, a partir dos quais descreve “a ideia de uma enorme estrutura ramificada como uma maneira melhor de organizar dados e representar a experiência humana” (p.49). Introduzindo, assim, o que Janet Murray (2003) convencionou chamar de experiência combinada: “de atividades sequenciais (assistir e, então, interagir), para atividades simultâneas, porém separadas (interagir enquanto assiste), para uma experiência combinada (assistir e interagir num mesmo ambiente)” (p.237).

Segmentação e interatividade: caso <hiper>telejornal

E assim vemos crescer a discussão sobre potenciais interativos para os meios convencionais: da seleta e “especializada” audiência de TV por assinatura ou internet para o universo massivo das transmissões digitais abertas. Para isso, Carlos Ferraz (2009), no artigo *Análise e perspectivas da interatividade na TV Digital*, destaca algumas discussões sobre interação neste espaço e, entre as diversas possibilidades, aponta um grande espaço para transformações na relação entre espectadores e conteúdos audiovisuais. Segundo Ferraz (2009),

a interatividade é viabilizada, principalmente, por uma plataforma de software, denominada *middleware*. Esta plataforma é capaz de executar aplicações escritas em linguagem de programação que precisam de grande poder de representação das ideias dos que pensam na interação usuário-TV, análogo à interação usuário-computador (p.27).

A partir do decreto assinado entre Brasil e Japão, o Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre – SBTVD-T⁵ incorporou, além de características fundamentais do padrão japonês de transmissão, resultados de pesquisas desenvolvidas no Brasil, entre estes, a plataforma de software denominada *middleware*, responsável por dar uma visão única a todas as aplicações escritas em um ambiente de interação, na interface homem-máquina e em qualquer que seja o terminal de qualquer fabricante. Dessa estrutura técnica, com-

⁵ Também conhecido, para efeitos comerciais, como *International System for Digital Broadcasting – Terrestrial Brazil - ISDB-Tb*, pois, a partir da publicação do Decreto Presidencial No. 5.820, em novembro de 2006, incorporou a base de modulação do ISDB-T - *Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial*. O padrão japonês ISDB-T tinha entre as suas características originais, mobilidade e portabilidade, permitindo também transmissões em alta definição e com interatividade. ISDB-Tb entrou em operação comercial em 2 de dezembro de 2007, começando pelo estado de São Paulo.



posta de uma parte declarativa (Ginga-NCL) e outra procedural (Ginga-J), é estabelecido “um dos grandes sustentáculos do tripé interatividade, alta definição e mobilidade” (FERRAZ, 2009, p.37). De onde também é proposta a multiprogramação (transmissão simultânea de múltiplos conteúdos em um mesmo canal) ou as aplicações transversais aos canais, tais como: guia eletrônico de programação, comércio eletrônico, banco eletrônico, jogos, programas e publicidades interativas. As possibilidades interativas são apresentadas em três níveis diferentes (local, simples e plena) e o grau de participação dependerá da integração entre equipamentos receptores e redes de comunicação.

A indefinição sobre qual será ou se haverá o canal de interatividade tem um forte impacto negativo na introdução da interatividade na TV Digital. A tendência é contar com diversos canais de interatividade, mas essa diversidade torna complexo o desenvolvimento das aplicações, exigindo que se segmente o público, passando-se a ter diferentes públicos-alvo (FERRAZ, 2009, p.31).

Nesse sentido, a proposta de <hiper>telejornal optou pela interatividade local, a partir da qual não haverá canal de interatividade (conexão com a internet ou telefonia) e acontecerá na própria transmissão (informações enviadas ciclicamente através do chamado “carrossel de dados”). Um modelo que privilegia, portanto, o já existente universo de espectadores de televisão no Brasil⁶, e que poderia sofrer grande redução ao vincular-se qualquer tipo de interatividade à necessidade de conexão em rede.

No entanto, o segmento ainda é um foco. Organizar as informações de maneira a privilegiar os diferentes espectadores seria uma forma de demonstrar que existe um espaço pensado especificamente para ele naquele noticiário, que, passaria de espectador passivo para usuário ativo, mesmo sendo apenas localmente.

Em uma análise sobre a evolução da televisão interativa na Europa, Valdecir Becker e Marcelo Knörich Zuffo (2009) identificaram, especificamente, na BBC (*British Broadcasting Corporation*) alguma resistência à interatividade. “Um dos motivos estava no fato de os serviços oferecidos não interessarem à parcela significativa da população” (p.45). Serviços interativos confusos, pensados na especificidade com a internet, sem fazer uma adequação ao veículo televisão, normalmente, oferecem grande resistência e dificuldade de adaptação. Para os autores, algumas experiências hoje apontam para tornar esses tipos de conteúdos acessíveis a um maior número de pessoas e que possam oferecer ao telespectador o que ele realmente precise, chamando assim a sua atenção e

⁶ Em torno de 20% dos domicílios brasileiros têm acesso à rede mundial de computadores (dados do Comitê Gestor da Internet) contra 90% de aparelho com recepção aberta do sinal de TV (IBGE).



influenciando na qualidade do conteúdo. “Qualidade essa não apenas técnica, estética e informacional, mas também relacionada ao uso e à compreensão das novas ferramentas” (BECKER, 2009, p.61).

E, neste sentido, a experiência com o <hiper>telejornal buscou estabelecer estratégias com base na recepção cada vez mais individualizada dos espectadores de televisão. Indivíduos, que dos seus espaços íntimos ou receptores portáteis, valorizam a relação com conteúdos específicos, determinados por escolhas particulares. Portanto, neste primeiro protótipo, que ocupará 10 minutos da programação, já há, de início, a diferenciação entre três editorias principais (arte e literatura; esportes; ciência e tecnologia), no sentido de disponibilizar uma “navegação” por conteúdos distintos. Isto é, além de um programa linear de 10 minutos (incluindo matérias das três editorias), paralelamente, haverá mais três blocos, com 10 minutos cada, com os conteúdos específicos aprofundados (ou mais matérias sobre aqueles temas).

O que esperar dessa experiência?

Este pequeno programa piloto não teve a pretensão de definir algum tipo de modelo para o telejornalismo, mas, simplesmente, levantar algumas questões para este momento de passagem analógico/digital na televisão aberta. Algumas questões foram surgindo no momento da finalização do projeto e, ao presente trabalho teórico, coube a responsabilidade de tentar dissolvê-las. Em especial: o que justificaria uma produção tão complexa e dispendiosa.

Com base nas diversas descrições de cenários, conceitos e propostas de ferramentas, o que se propôs foi uma experiência que alinhavasse algumas dessas possibilidades de forma coerente, mas que de alguma maneira também pudesse ser ousada ao ponto de correr alguns riscos. Algumas das etapas dessa experiência foram registradas no site <http://hiperinterativos.wordpress.com/> e a peça final no site www.clubencl.org.br.

Ao entender que a discussão em torno das influências entre os diversos veículos de comunicação não necessariamente modificam as formas de uso desses conteúdos, parece vital, neste momento, compreender os novos usos em que eles possam ter de original. Por isso, a proposta do <hiper>telejornal não pretenderia apenas um exercício estético de manobras modulares e fragmentadas, baseadas em uma gramática da interrupção, mas, um primeiro passo para entendermos como esse público, conhecido mais por sua expectativa em relação aos conteúdos, poderá comportar-se quando a expectativa pode ser transformada em ação.



Referências bibliográficas

- BECKER, Valdeci e ZUFFO, Marcelo Knörich (2009). Interatividade na TV Digital: estado da arte, conceitos e oportunidades. In: SQUIRRA, Sebastião (org.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação**. Livro da Compós. Porto Alegre: Sulina.
- CASTELLS, Manuel (2003). **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade** [Trad. de Maria Luiza X. De A. Borges; Ver. Paulo Vaz] Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- DIZARD, Wilson (2000). **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. [Trad. 3ª edição Edmond Jorge] 2.ed.rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- FERRAZ, Carlos (2009). Análise e perspectivas da interatividade na TV Digital. In: SQUIRRA, Sebastião (org.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação**. Livro da Compós. Porto Alegre: Sulina.
- GOSCIOLA, Vicente (2003). **Roteiro para as Novas Mídias: do game para as novas mídias**. São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- _____ (2009). Narrativas complexas para TV digital: do cinema de atrações à interatividade. In: SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (org.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação**. Livro da Compós. Porto Alegre: Sulina.
- LESSA, Washington Dias (1995). **Dois estudos de comunicação visual**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- MACHADO, Arlindo (2008). O cinema e a condição pós-midiática. In: MACIEL, Kátia (org.). **Cinema sim: narrativas e projeções: ensaios e reflexões**. São Paulo: Itaú Cultural.
- _____ (2005). **A televisão levada a sério**. 4.ed. São Paulo: Editora Senac.
- MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi (2009). Televisão digital, mídia expandida por linguagens em expansão. In: SQUIRRA, Sebastião (org.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação**. Livro da Compós. Porto Alegre: Sulina.
- MANOVICH, Lev (2005). Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições. In: LEÃO, Lúcia (org.). **O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias**. São Paulo: Editora Senac.
- MUANIS, Felipe (2010). **Cinema: entre o texto e o dispositivo**. In: Revista Logos 32 Comunicação e Audiovisual. Ano 17. Disponível no site <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/issue/current/showtoc>. Acessado em 30 de junho de 2010.
- MURRAY, Janet H (2003). **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço** [Trad. de Elissa Jhoury Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol] São Paulo: Itaú Cultural: Unesp.
- OLIVEIRA, Rodrigo Bomfim e COTTA, Roberto Ribeiro Miranda (2009). **Interações no cinema: proposta de realização de um filme colaborativo na WEB**. Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível no site <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1212-1.pdf>. Acessado em 26 de junho de 2010.
- RECUERO, Raquel (2009). **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina.
- SCOLARI, Carlos Alberto (2009). Ecología de la hipertelevisión, complejidad narrativa, simulación y transmedialidad em la televisión contemporânea. In: SQUIRRA, Sebastião (org.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação**. Livro da Compós. Porto Alegre: Sulina.
- SILVA, Rafael Souza (2007). **Controle remoto de papel: o efeito do zapping no jornalismo impresso diário**. São Paulo: Annablume; Fapesp.
- SILVA, Renata Prado Alves (2009). **Fansub e scanlation: caminhos da cultura pop japonesa de fã para fã via web**. Anais do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Disponível no site <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0145-1.pdf>. Acessado em 26 de junho de 2010.
- VILCHES, Lorenzo (2009). Televisión digital: entre la esperanza y el exceptismo. In: SQUIRRA, Sebastião (org.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação**. Livro da Compós. Porto Alegre: Sulina.
- _____ (2003). **Migração Digital**. São Paulo: Edições Loyola.