



ABC Digital: exercício de reflexão e experimentação no contexto de implantação da TV Digital¹

Maria Ataíde MALCHER²
Fernanda Chocron MIRANDA³;
Suanny Lopes COSTA⁴
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

Em tempos de efervescência do processo de implantação da Televisão Digital no Brasil, consideramos fundamental o envolvimento da sociedade civil no debate a respeito da tecnologia, sobretudo, dos estudantes de comunicação, que nesse contexto, como produtores de conteúdos, têm necessidade fundamental de experimentar as potencialidades da nova TV. Este trabalho apresenta uma breve reflexão sobre o cenário de estabelecimento da transferência do padrão analógico para o digital, a partir das experimentações de um grupo de alunos da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará. Como resultado das experimentações foi produzido um vídeo jornalístico, do gênero utilitário, de caráter experimental, com o objetivo de dar visibilidade, de forma didática, as possibilidades de uso e de mudança no formato da programação na “nova televisão”. É esse processo empírico que serve de base para as discussões apresentadas neste trabalho.

PALAVRAS-CHAVE: TV Digital; Experimentação; Interatividade; Modelagem de Conteúdo; UFPA.

O CENÁRIO DE EXPERIMENTAÇÃO: NOTAS INTRODUTÓRIAS

Apesar dos diversos estudos que antecederam o início do processo de implantação da TV Digital no Brasil, após a adoção do modelo japonês, o assunto ainda gera muita polêmica e dúvidas não só entre membros do governo e pesquisadores das áreas do

¹Trabalho apresentado no GP em “Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina” do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, na Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul/RS, de 02 a 06 de setembro de 2010.

² Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Professora adjunta da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará e coordenadora do Programa de Pós-graduação “Comunicação, Cultura e Amazônia” e dos projetos “Ciência e Comunicação na Amazônia”, “Academia Amazônia” e “ABC Digital”. Pesquisadora líder dos Grupos de Pesquisa, do CNPq, Audiovisual e Cultura e Preservação: Comunicação, Ciência e Meio Ambiente. Pesquisadora do Grupo Comunicação Digital e Interfaces Culturais na América Latina. E-mail: ataidemalcher@uol.com.br.

³ Estudante do 8º 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 (CIECz)”, 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.

⁴ Estudante do 8º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Pará (UFPA). Bolsista de iniciação científica PIBIC/ CNPq pelo projeto “Ciência e Comunicação na Amazônia (CIECz)”. Integrante do Grupo de Pesquisa em Audiovisual e Cultura (GPAC) e do projeto ABC Digital. Colabora ainda com os projetos desenvolvidos na Academia Amazônia (FACOM/UFPA). Email: suannylopes@gmail.com.



conhecimento mais diretamente envolvidas, mas também entre os telespectadores ou futuros “usuários” da nova TV.

A transição do analógico para o padrão digital já está em processo e os impactos dessa mudança já se fazem presentes. Alterações significativas acontecerão atingindo as áreas: técnica, artística, gerencial, comercial, tecnológica, dentre outras. Essas novas orientações provocarão novas formas de fazer, organizar, veicular e fruir conteúdos. Várias instâncias sociais sejam elas econômica, política, cultural e profissional se redefinirão. Novos desafios serão impostos a várias áreas do saber e, em especial, a área da comunicação.

Para que possamos vencer os desafios impostos em ambiente digital, que prevê a convergência midiática, é necessário analisarmos criticamente esse processo buscando compreender todas suas fases de expansão. Analisar a forma de produzir, veicular e fruir os conteúdos que alimentarão essa nova ordem é um dos caminhos propostos. Da mesma forma, será necessário que iniciemos experimentações que nos permitam participar e contribuir com a formação de profissionais e pesquisadores, que busquem e produzam alternativas compatíveis com as demandas surgidas neste século. Tem sido constante a ênfase dada à necessidade de formação de profissionais para atuação nos inúmeros postos de trabalhos abertos a partir dessa nova lógica do fazer audiovisual e a universidade é, por excelência, o celeiro de formação dessas novas competências.

Como previsto, o rumo dessas mudanças mais uma vez se dá a partir do eixo que estruturou a televisão no Brasil: São Paulo - Rio de Janeiro. Aconteceu em São Paulo a primeira transmissão digital em dezembro de 2007 e, em 2008, foi a vez do Rio de Janeiro. Foram eles também desencadeadores dos estudos sobre a transferência do padrão analógico televisivo para o digital. No caso do Norte, as pesquisas quando se dão estão restritas única e exclusivamente a áreas que atuam na formatação de soluções tecnológicas para transição (engenharia, informática etc). Diante disso, embora em pleno ano de comemoração dos 60 anos da televisão brasileira, é que se faz ainda mais necessário refletir sobre a trajetória desse meio no país e o que este representa para a sociedade brasileira. É possível perceber a carência de um debate ampliado a respeito da TV Digital, envolvendo as regiões do Brasil de forma inclusiva, sobretudo a região Norte.



Conforme constatado em pesquisa exploratória⁵ realizada no segundo semestre de 2009, a “chegada” do sinal digital em Belém representa, na visão reducionista da mídia local, apenas a mudança na qualidade da imagem, refletindo a predominância da “ideologia técnica” no campo da comunicação, como alerta Wolton (2006).

Apesar dessa visão orientada aos aspectos mais visíveis da transição, Belém do Pará, em 2009, foi a segunda capital do Norte a assinar a consignação de canais de TV Digital. O fato tem sido encarado e consequentemente divulgado pela mídia local de forma a abordar um único aspecto dessa mudança: a imagem em alta definição.

Talvez em outros locais do Brasil, o poder das novas mídias tenha trazido impactos menores, já que o acesso à informação se dá de forma mais fácil, mas aqui as mais recentes e as mais antigas tecnologias midiáticas dão o tom na modificação no *status quo* da região.

Nesse sentido, vale à pena lembrar que a partir do rádio, grande meio de comunicação nesta região, da televisão e da Internet, as distâncias diminuem e as dificuldades de acesso vão sendo vencidas a cada passo. Para uma parte do país que durante muito tempo ficou isolada, se comunicando muito mais com países vizinhos, trocando pouco com seus compatriotas, as possibilidades digitais abrem perspectivas mais intensas de interatividade a partir da televisão digital.

O Censo de 2007 (IBGE, 2009) que registrou a penetração dos meios de comunicação por domicílio, no Brasil, contava com a seguinte distribuição: rádio 88,9%, TV 95,1%, microcomputador 31,2% e micro com acesso a Internet: 23,8%. O Norte do país tem alta concentração do rádio e televisão, registrando apenas 8,06% de computadores com acesso a Internet, dados que precisam ser considerados ao tratarmos de disponibilização de conteúdos e também ao discutirmos a participação da região nessa sociedade digital, que exclui e ao mesmo tempo promove a interconexão, acrescentando ao panorama local novas formas de sociabilidade e aprendizados.

Nessa realidade digital tornam-se mais evidentes os conceitos defendidos por Castells (1999) que demonstram a poderosa ação das redes digitais encurtando distâncias, promovendo encontros virtuais e a interatividade. Porém, as redes não darão conta sozinhas de resolver questões concretas como a taxa de 10,7% de analfabetos e 24,2% de analfabetos funcionais. Além desses índices apenas 39,6% da população,

⁵ “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)

entre 15 e 17 anos, chega ao ensino médio. O ensino superior registra a taxa de 9,9% da população com pessoas na faixa etária entre 18 e 24 anos, últimos resultados das pesquisas do IBGE divulgadas em 2009, mas elas poderão ser fortes aliadas para diminuir a dívida social com essa região. Sabemos que a formação social das regiões no Brasil se deu de formas diferenciadas e desiguais e, no caso da região Norte, essas disparidades são bastantes visíveis basta verificar que na região 85% da população, segundo dados do IBGE (2009), está classificada na faixa E de distribuição de renda e 11,3 % na faixa D.

Ao considerarmos essas questões e ampliarmos o nosso olhar para as demais regiões do Brasil é importante compreender que o estabelecimento de toda potencialidade da TV Digital talvez leve mais tempo do que o viabilizado pelos avanços tecnológicos, já que envolvem duas esferas determinantes aos rumos dos meios de comunicação massiva no país: o político e o econômico. Mas, sabemos também que as mudanças possuem dinâmicas aceleradas nesses novos tempos, portanto, não resta dúvida que ela acontecerá.

Nessa perspectiva já é possível perceber a corrida por conteúdos e formas de fazer produtos audiovisuais que possam suprir demandas futuras. O que era restrito a poucos indica possibilidades de maior participação, mesmo que seja de forma ainda amadora, *grotesca*, espetacular, pontual e limitada. São exemplos dessa demanda as reivindicações cada vez mais crescentes das emissoras de televisão para participação dos públicos, em quadros, através do envio de vídeos a serem exibidos ao longo da programação ou, ainda, a abertura de horários na grade de programação, de algumas emissoras, para divulgação de experimentações.

Nessa nova ordem digital, as possibilidades de fruição e exibição se segmentam e se multiplicam por diferentes veículos e plataformas (*Youtube*, televisão na web, televisão móvel com transmissão de qualidade, redes de armazenamento de conteúdos, por exemplo, a Rede IFEs⁶, Televisões Públicas, os diferentes editais, por exemplo, do Ministério da Cultura, da Tecnologia etc). É nessa aceleração de demandas que a linguagem audiovisual tem sido um dos grandes recursos de comunicação, seja para contribuir com mudanças ou mesmo na manutenção do que existe, por atuar como laço

⁶ “Rede para a formação de uma rede cooperativa no desenvolvimento de ferramentas para a convergência de mídias e colocar o usuário doméstico na perspectiva da construção de seu conhecimento, possibilitando a construção de seu próprio canal de TV e rádio”, <http://www.redeifes.andifes.org.br>. Essa rede pretende integrar todas as Instituições Federais de Ensino Superior (IFES).



social como defendem autores como Wolton (1996). Apesar de considerarmos as críticas feitas aos produtos audiovisuais, principalmente os de veiculação massiva, por sua superficialidade, é fato que a linguagem audiovisual veiculada nesses meios, por sua necessidade de síntese, costuma em muitos momentos, sofrer reduções ou empobrecimento dos conteúdos. Mas é fato também que por seus elementos de constituição (códigos: icônicos, linguísticos e sonoros, aliados ao movimento da imagem) tem sido uma das poderosas estratégias de comunicação, principalmente em países como o nosso com várias etapas de “desenvolvimento” queimadas. Nossa cultura passou da oralidade à cultura audiovisual, na qual a grande veiculadora foi a televisão. Passamos de um estágio a outro sem encarar as necessidades reais da cultura escrita.

Dessa forma, é preciso mensurar os impactos e planejar os caminhos futuros dessa mudança no contexto brasileiro e, principalmente, regional. Apenas assim será possível explorar as inúmeras potencialidades desse novo meio, o que poderá indicar caminhos mais democráticos e a exploração mais eficiente da TV Digital no Brasil. A própria experiência com a televisão analógica indica que sua potencialidade, após mais de meio século, não alcançou sua plenitude (Wolton, 1996).

É preciso experimentar!

É a partir dessa perspectiva que apresentamos o resultado de uma experiência simulada, considerando o estabelecimento da TV Digital, desenvolvida com um grupo de alunos da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará⁷. O desafio posto foi entender os aspectos centrais dessa fase de transição e as potencialidades da TV Digital, sobretudo, em uma realidade como a da Amazônia. Assim, foi dado início, em 2009, ao projeto ABC Digital.

A proposta surgiu durante o primeiro módulo do Laboratório de Televisão, ofertado aos alunos do 6º semestre do curso. Apesar do caráter prático da disciplina, a construção do ABC Digital⁸ – produção em jornalismo utilitário de caráter experimental na linguagem audiovisual –, foi marcada pelo exercício teórico reflexivo dos alunos, em busca dos conceitos centrais para o entendimento das questões que envolvem a transição do padrão televisivo analógico para o digital. Os estudos foram orientados para a compreensão da face tecnologia dessa mudança, mas o foco central foi estabelecido

⁷ A Faculdade de Comunicação foi criada em 1976 e faz parte de uma das maiores universidades brasileiras em números de alunos no país.

⁸ O vídeo está disponível no seguinte endereço: http://www.dailymotion.com/video/xd1olp_abc-digital_school



para as possibilidades de uso que mais transformariam, e acreditamos, transformarão o cotidiano dos brasileiros e principalmente dos produtores e usuários desse novo sistema digital.

Partindo, porém, do papel desempenhado pela esfera midiática nas sociedades modernas, elucidado por Martín-Barbero (2001), e do fato da televisão ainda figurar como o meio de comunicação mais disseminado no Brasil, presente em mais de 98% dos domicílios, acreditamos que a fase de transição do padrão analógico de TV para o digital, representa muito mais do que uma simples mudança tecnológica. Pelo contrário, acreditamos que esta pode contribuir para a *quebra* de uma série de paradigmas, desde que suas potencialidades de uso sejam exploradas de forma democrática e descentralizada, conforme previsto nos objetivos do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), descritos no Decreto nº 4.901, de 26 de novembro de 2003, que marca o início da implantação da TV Digital no Brasil. (CABRAL FILHO; CABRAL, 2005, p. 161)

De acordo com Mota (2005, p. 213), entretanto, a televisão favorece a construção de “arenas públicas”, a partir do momento em que esta passa a ser pensada como um serviço de utilidade pública. E Wolton (1996) completa dizendo que

(...) a televisão é hoje, nas democracias, uma questão tão importante quanto a educação, a pesquisa, a saúde, e a defesa. Agora que sabemos, com meio século de experiência e pesquisa, que ela não “manipula” (...) vamos poder retornar ao ponto de partida: conceber uma política ambiciosa, pública e privada, com triplo objetivo: informar, educar e distrair (WOLTON, 1996, p. 166).

E como indicado anteriormente, a região Norte é indiscutivelmente um dos locais que apresenta grandes índices de exclusão educacional. É fato que grande parte da população amazônica tem acesso limitado a informações estratégicas⁹ sobre as diferentes realidades vividas nesta parte do país. E nesse ponto encontra-se o segundo desafio proposto nesta experimentação: como utilizar a TV Digital com objetivo de socializar informações estratégicas de forma democrática? Acreditamos que esse questionamento tem como um dos caminhos de resolução o investimento na formação de competências direcionadas às elaborações de conteúdos que divulguem informações, utilizando as potencialidades da linguagem audiovisual. Como mencionado, o

⁹ Consideramos neste texto informações estratégicas como aquelas que conseguem fomentar ou produzir ações cognitivas. Ou seja, consigam ser trabalhadas para produzir ou motivar a busca pelo conhecimento.

audiovisual é um dos poderosos elementos comunicacionais, seja por seu poder de sedução e envolvimento, seja por seu potencial para alcançar diferentes níveis sociais, educacionais, etários e culturais. A linguagem audiovisual deve e pode ser cada vez mais apropriada, tornando-se grande aliada para comunicar os resultados dos diferentes conhecimentos.

A televisão digital, por sua característica convergente, interativa e reversível, traz em si mesma a multiplicação de usos, recortes e desenhos que aponta para uma infinidade de potenciais exploradores e utilizadores do sistema. Por isso, é que se pode afirmar que ela teoricamente poderia proporcionar apropriações para todos: para as redes de televisão comerciais, para as televisões locais, para a TV a cabo, para as televisões comunitárias, para a telemedicina, para a teleducação, para ampliar o acesso a museus, bibliotecas e bancos de dados, para o comércio eletrônico, para os serviços de toda a natureza. (MOTA, 2005, p. 220).

Dessa forma, destacamos a importância desse momento para a reconfiguração do cenário televisivo no Brasil, e conseqüentemente, de muitos indicadores sociais. No entanto, é necessário ampliar o debate entre as diferentes esferas envolvidas no processo de implantação da TV Digital, a fim de colocar realmente em prática os objetivos do SBTVD. Além de investir no desenvolvimento de pesquisas na área, sobretudo, entre os principais atores do campo da comunicação: estudantes, pesquisadores e profissionais.

Apesar de estar iniciando sua trajetória nas discussões sobre a TV Digital, o projeto ABC Digital – que nasce de forma tímida e em um contexto muito particular –, nos permitiu ratificar a importância da prática da experimentação dentro das universidades. Considerando que a prática não se dá desaliada da reflexão teórica, o exercício dessas experimentações deve ser priorizado na formação acadêmica, sobretudo, dos alunos de comunicação. É a partir desses “testes” que o aluno, de fato, se *apropria* dos conceitos e *incorpora* o entendimento ao seu cotidiano, despertando, assim, um maior interesse por aquele conhecimento e pela formação de um “olhar” mais crítico e sensível a sua própria realidade.

Conforme indicam Barbosa e Castro (2008, p. 100), no atual contexto, a Universidade, entre outras funções, deve ser o local voltado para o desenvolvimento de pesquisas a respeito da convergência digital e de novas habilidades para uso das TICs e de formação transdisciplinar de professores, voltados para o entendimento das novas tecnologias.

Por isso, verificamos na experiência do ABC Digital o passo fundamental para que os alunos construíssem seu entendimento e visualizassem o “caminho” que se faz necessário seguir neste momento de transição, sobretudo, no que diz respeito às possibilidades que a nova TV apresenta, e como elas podem contribuir para em questões fundamentais no Norte do Brasil.

Recorrendo aos dados da “Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil”, verificamos que, do ponto de vista estatístico, a televisão é considerada uma tecnologia universalizada no Brasil, diferentemente do computador, sobretudo, com acesso à internet. Em 2009, apenas 27% dos locais domiciliares declararam possuir acesso à Internet no território nacional. Na região Norte, este percentual cai para 13% dos domicílios.

Mesmo apresentando um grande potencial para a redução dessa realidade, a digitalização da TV só promoverá a inclusão social na América Latina, segundo Bolaño e Brittos (2005), a medida em que seja firmada, entre outras coisas, a venda de conversores digitais a preços compatíveis com as condições financeiras da maioria da população, como previsto no projeto brasileiro de televisão digital. Os autores alertam, entretanto, que decisões como essas envolvem diretamente as ações do Estado, daí a necessidade de uma sociedade civil forte “pressionando por ações regulamentadoras sintonizadas com projetos democratizantes” (BOLAÑO; BRITTOS, 2005, p. 117). Para eles, apenas assim “será possível abrir qualquer brecha em relação à situação hegemônica, já que a tecnologia, por si só, não é capaz de alterar a correlação de forças em sociedades marcadas por desigualdades estruturais” (BOLAÑO; BRITTOS, 2005, p. 117).

Além disso, é preciso ter em mente que a tecnologia e seu avanço cada vez mais vertiginoso acaba por criar *hiatos* profundos entre as gerações. Sendo assim, quando o aparato tecnológico em discussão é a TV, essa preocupação deve ser ainda maior. Afinal, qualquer mudança “brusca” na forma de “ver televisão” do brasileiro pode *excluir* uma significativa parcela da população, inclusive, a que ainda hoje tem na telinha a única forma de lazer e informação possível.

Nesse sentido, é fundamental atentar para o fato de que a própria transição no padrão de TV, conforme destaca Mota (2005), demandará certo tempo para a assimilação do público, mesmo que os recursos de interatividade, por exemplo, cheguem apenas no nível do consumo. Será “preciso o surgimento de uma nova cultura” (MOTA, 2005, p. 221).

ABC Digital e o desafio de ser utilitário

Resultado da proposta dos alunos de trabalhar com TV Digital, e tentar entender o contexto de implantação, o ABC Digital tem como objetivo central chamar a atenção do público para o tema, a partir de simulações – vivenciadas por um apresentador personagem –, do funcionamento de algumas ferramentas da nova TV e seus possíveis usos, bem como das mudanças no formato dos conteúdos a serem exibidos devido a possibilidade de multiprogramação.

Como produção em jornalismo utilitário (MELO, 2002; TEMER, 2002), o programa ABC Digital se utiliza da linguagem audiovisual para levar, de forma clara e didática, informações sobre a TV Digital, prestando assim um serviço à população, que ainda permanece desinformada sobre o assunto e que mesmo com a tecnologia implantada, ainda terá um tempo de adaptação ao novo aparato, conforme indicado anteriormente por Mota.

Nesse sentido, a proposta construída em sala de aula foi a de produzir um vídeo, de caráter experimental, que “auxiliasse” o público a entender o que possivelmente vai mudar no “ver e fazer TV” com a digitalização. Este, porém, era um assunto novo para os próprios estudantes. Logo, o exercício de construção do vídeo, baseado primordialmente em leituras e reflexão sobre os conceitos estudados, foi fundamental para um primeiro entendimento e, posteriormente, consolidação de bases para a aplicação e proposição de exemplos sobre o uso dos recursos da nova TV no vídeo.

Ao longo do processo de construção do ABC Digital, os alunos verificaram a importância de pensar um produto “didático-pedagógico”, que colaborasse no processo de “alfabetização sobre TV Digital”, “o que se deu a partir do próprio entendimento da linguagem da TV por parte do grupo” (MIRANDA *et al*, 2010, p. 04). A partir da ideia de aprendizado e, porque não dizer, alfabetização, como se refere Crocomo (2007) justifica-se o nome do programa e posteriormente do projeto.

O processo de construção e nossas estratégias

Refletindo sobre o potencial de mudança que a TV Digital pode provocar em uma região como a Amazônia, apostamos em exemplos que vão muito além do viés tecnológico. Encarando essa tecnologia, como futura fonte de *mediação cultural*

(MARTÍN-BARBERO, 2001), a proposta foi dar visibilidade e propor a reflexão sobre a possibilidade de apropriação que o público poderá fazer a partir da nova TV.

Para isso, os alunos trabalharam com o conceito de interatividade, a partir de Crocomo (2007), o qual considera a existência de três níveis de interatividade. O primeiro deles 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 sinopses de filmes, resumos de novelas, letras de músicas, etc. O autor explica que, além da programação habitual de TV, a emissora poderá enviar dados extras no mesmo fluxo de informações do canal. Nesse caso, “o usuário estará na verdade ‘navegando’ dentro dos dados armazenados no terminal” (CROCOMO, 2007, p 82). O autor compara este grau de interação com a “liberdade” dada pelo uso do controle remoto para a mudança de canal, que se limita à relação do usuário ao aparelho.

O segundo nível pressupõe o uso de um canal de retorno, que provavelmente terá como base a rede telefônica. A partir dessa via, será possível, por exemplo, comprar através do controle remoto. O autor destaca, porém, que esse retorno não será enviado necessariamente na mesma hora.

No caso do terceiro nível de interatividade apontado pelo pesquisador, “o canal de retorno ficará sempre funcionando”, permitindo o envio e o recebimento de dados em tempo real. É nesse caso que se percebe o verdadeiro potencial interativo da TV Digital, já que através dessa “via de mão-dupla”, que não tem ainda definido o suporte tecnológico que viabilizará seu uso, será possível o envio de conteúdo para exibição na TV pelo usuário, o atendimento a demanda por serviços de utilidade pública etc. Essa ferramenta, porém, pressupõe mais um ponto para reflexão: a privacidade do usuário. Até que ponto o suporte tecnológico que viabilizará a “troca” de conteúdo entre emissor-receptor será utilizado de forma ética, já que o equipamento de conversão, o *set-top-box*, armazenará informações do usuário, como dados pessoais e conteúdos que foram acessados?

“(…) sem uma perspectiva jurídica clara (...), há uma grande possibilidade de que a ideologia dos telespectadores, seus dados sobre as preferências sexuais, religiosas, de entretenimento, os ângulos e as gravações que arquiva em seu PVR terminem sendo totalmente mapeados e comercializados pelas redes de acesso ao sistema interativo das emissoras”. (LOSS, 2008, p.81)

Assim, no vídeo foram demonstrados três exemplos, simulando cada um dos níveis de interação defendido pelo autor, explicitando as 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” (exemplos esses explicitados a partir das ações do apresentador-personagem).

Além disso, o apresentador-personagem vivencia situações que propõem ao público a discussão sobre a privacidade no uso do canal de interatividade, da mobilidade e portabilidade, e sobre as mudanças na inserção de anúncios publicitários.

Como estratégia para o envolvimento do público com o tema central do programa, utilizamos como cenário para essa simulação o sofá da sala de estar, local por “excelência” do hábito de ver TV. A proposta era situar o espectador e mostrar que aquele cenário poderá sofrer mudanças, além da possível coexistência com muitos outros (rua, ônibus, local de trabalho, sala de aula, etc.), devido à mobilidade e portabilidade que atuam como um dos principais recursos do modelo japonês de TV Digital, adotado pelo Brasil.



Figura 1 - Apresentador-personagem.

Construção da narrativa e a modelagem de conteúdo

Na tentativa de apresentar exemplos didáticos a respeito das mudanças que a TV Digital possivelmente provocará no dia a dia dos brasileiros, os alunos apostaram ainda na “modelagem de conteúdo”. Para dar conta do desafio, a equipe de construção do vídeo foi dividida em quatro: uma para pensar e executar a estrutura base do ABC Digital (apresentação, abertura, artes, etc.) e as outras três voltadas para o desafio de

“modelar” conteúdos para a nova TV, inclusive fazendo o exercício de “adaptar” produções anteriormente idealizadas para o padrão analógico de TV, para o digital.

Além de demonstrarem possíveis mudanças no formato dos programas – como a redução do tempo de duração, a forma de disponibilização, os assuntos, os recursos de produção etc. –, os conteúdos produzidos atuaram ainda como base para a construção de algumas das situações vivenciadas pelo apresentador-personagem (finalização do roteiro), como a possibilidade de “voltar” a programação.

Além disso, para viabilizar a narrativa do programa os alunos simularam a interface da nova TV, ou seja, pensaram o formato e funcionalidade dos menus dos canais e espectros, as inserções comerciais durante a multiprogramação etc. Esse processo envolveu desde os alunos responsáveis pelo programa, um aluno de Publicidade e Propaganda do curso e o editor da produtora de vídeo da UFPA, vinculada à Faculdade de Comunicação, além da professora orientadora auxiliada por monitores da disciplina.

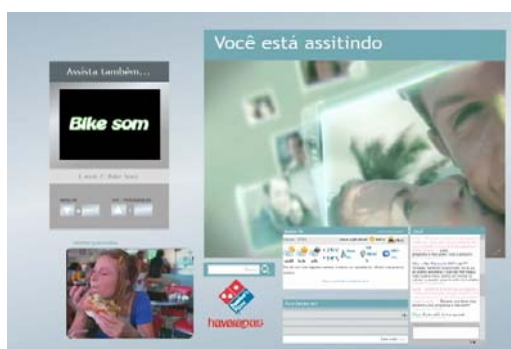


Figura 2 - Arte do Menu do Canal.



Figura 3 - Arte do Menu de votação do programa *Big Brother Brasil*, utilizada no momento em que o apresentador-personagem simula a possibilidade de "voto" pelo controle remoto.



Figura 4 - Simulação de possibilidade de inserção de anúncio publicitário durante programação.

Como sinalizado anteriormente, a narrativa do vídeo é conduzida por um apresentador-personagem que “está assistindo a nova TV”. A partir de algumas situações vivenciadas na sala de estar de casa, o apresentador simula o uso de alguns recursos da nova TV, bem como faz a opção por assistir programas que exemplificam as mudanças no formato de produção para TV, produzidos pela equipe do projeto.

Assim, além das cenas de apresentação do programa, o ABC Digital possui os programas experimentais que tentaram dar conta do desafio de modelagem de conteúdos para esse novo meio. O produto final tem a seguinte construção: “a cabeça do programa” representada pelo apresentador-personagem e três produtos que simulam a possível programação de três espectros. O conteúdo dessa “TV Digital” tem a seguinte programação:

“Amazônia que a gente conhece”

Enquete feita nas ruas de Belém a respeito da concepção de Amazônia que os moradores têm sobre a região em que vivem. A partir desse conteúdo foi possível estudar e propor 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. Além disso, foi possível exemplificar, a partir da ação do apresentador-personagem, o primeiro nível de interatividade indicado por Crocomo (2007), que seria a interação do usuário com informações que são disponibilizadas pelas emissoras periodicamente e ficam armazenadas no conversor, o *set-top-box*, como resumos de programas, etc.

Foi exemplificada ainda 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.

Pode-se dizer ainda que, para além das possibilidades tecnológicas propostas o “Amazônia que a gente conhece” discute a questão da invisibilidade urbana em virtude da imensidão verde e da abundância dos recursos bioflorestais. Outro aspecto abordado é a própria noção identitária dos que moram na Amazônia quando, a exemplo, se perguntou no vídeo “O que vem na sua mente ao pensar sobre a Amazônia?” Muitos, se não todos, em suas respostas, trataram a Amazônia como algo distante evidenciando uma noção dupla e contraditória, já apontada por Dutra (2009), isto é, ora ela é vista como uma região idílica, com recursos naturais fartos capazes de solucionar os problemas ambientais mundiais (e por isso talvez distante da realidade caótica urbana, fato evidenciado nas respostas da enquete), ora é vista como um lugar ameaçado, pela exploração desenfreada de grandes projetos (e por esse mesmo motivo, também distante da cidade).

“Bikesom”

Documentário que se propôs a experimentar as possibilidades de conteúdo para a TV Digital, levando em consideração aspectos como a interatividade, a portabilidade e a mobilidade e também os formatos de inserção publicitária. Esta experimentação objetivou ainda o debate e a reflexão a respeito das estratégias comunicacionais do grupo de moradores de um bairro da periferia de Belém que, através de um equipamento de som e uma bicicleta, circulam pelas ruas fazendo propaganda e que se organizam para sobreviver, dominando de maneira autodidata técnicas para produção de vinhetas, *spots*, *jingles*, etc.

O Bikesom foi pensado para ser um documentário seriado multiplataforma, pois foi feito um registro de formas de vida de personagens não ficcionais, dividido em três episódios independentes entre si - mas que se inter-relacionam pelos personagens que são os mesmos nos três episódios -, e explorado as possibilidades da convergência midiática proporcionada pela TV digital, isto é, ao fazer *download* de um dos episódios o usuário poderá assisti-lo em celular, mp4, câmeras digitais, etc.

Os episódios são curtos e foram divididos por temáticas: Comunicadores - neste episódio, com 02 minutos 25 segundos, o foco foi a forma como se estrutura a atividade desenvolvidas pelos *bikesons*, sobre a quantidade de bicicletas os “personagens” (*bikesons*) já tiveram e como começou a trabalhar no ramo; Pedalando - em 3 minutos a

abordagem foi centrada no dia a dia dos bikesons, horas trabalhadas por dia, bairros em que atuam, condições de produção das vinhetas, como conseguem trabalho e por que os donos de comércios preferem os bikesons; Comunidades - episódio com 3 minutos e 18 segundos em que se retratou outras relações dos bikesons como, por exemplo, a rádio comunitária em que alguns deles atuam como apresentadores, o restaurante onde se encontram antes de trabalhar e o que representa ser bikesom para eles.

Nesses três episódios os próprios personagens contam suas histórias, fazendo com que a ausência da narração em *off* ou apresentador, evidenciasse a adoção de narrativas mais livres. Esses recursos têm sido amplamente utilizados por pessoas comuns para relato e visibilidade de suas ações, o que pode indicar aspectos democráticos e plurais na construção de conteúdos.

O exercício de realização desse produto fez com que os alunos envolvidos refletissem sobre o advento da TV Digital e a necessidade de novos formatos e conteúdos que poderão ser confeccionados de maneira mais dinâmica e com uma maior participação do público. A questão do formato escolhido para o vídeo, segundo relato dos autores¹⁰, foi muito além do processo de aprendizado da produção do produto, ele procurou ser um processo experimental que buscou um entendimento e percepção que o audiovisual possibilita através dos elementos de sua linguagem - o icônico, o lingüístico e o sonoro - integrados a imagens em movimento.

“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 formam um grupo de amigos que resolve explorar lugares diferentes, daí o nome do programa.

A partir dessa produção, os alunos colocaram em prática o terceiro nível de interatividade (Crocomo, 2007), através do qual será possível que o usuário envie conteúdo para veiculação na TV, sem dúvida, a potencialidade mais importante da nova TV, já que com esse nível de interatividade, será possível, por exemplo, potencializar a diversificação dos conteúdos televisivos propiciando a inserção de temas e especificidades de diferentes locais.

¹⁰ Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/norte2010/expocom/EX22-0035-1.pdf>

A partir desse conteúdo, o vídeo exemplifica para o público uma das possibilidades de recurso para construção de vídeos pelo “usuário”: o celular. Como dito anteriormente, o programa tentou utilizar de exemplos simples e que fazem parte do cotidiano da maioria dos telespectadores. Daí a opção pelo uso do celular, tecnologia que chega a 78% do território nacional e a 82% dos lares em áreas urbanas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Experiências como a do projeto ABC Digital nos fazem acreditar que as potencialidades de uso da tecnologia em processo de implantação no Brasil se tornarão realidade daqui a alguns anos. No Norte do país, qualquer perspectiva de abertura para novas possibilidades de inserções, gera grandes expectativas entre seus atores, devido ao tamanho das disparidades que ainda marcam a vida da população.

A região Norte com uma área de 3.869.637,9 km², representa 45,3% da superfície brasileira e é composta por sete Estados (Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins)¹¹. Durante muitos anos o isolamento desta região do restante do país foi fato vivido e percebido. O que talvez não esteja tão claro, para quem não conhece a região, é o isolamento imposto entre seus Estados, que se torna um grande obstáculo para diversas ações, dentre elas a comunicação.

Acreditamos que esse isolamento entre os Estados só seja melhor compreendido quando nos aproximamos mais desta região. Olhando-a de dentro para fora, é impressionante perceber que para chegar a algumas cidades dentro de um mesmo Estado gastam-se dias, já que em muitos casos os acessos se dão de diferentes formas (barco, carro, caminhadas etc). Geralmente esses acessos acontecem por via fluvial, os caminhos dessa região são prioritariamente os rios e sabemos que não existe tradição de investimento em transportes fluviais de baixo custo e qualidade no país. Nessa parte do Brasil é famoso o “Regatão”, embarcação que, para algumas localidades, continua sendo o maior veículo de comunicação. Por meio dessas embarcações é que as notícias e as novidades continuam chegando em algumas cidades dessas terras entrecortadas por rios.

¹¹A região Norte integra a Amazônia Legal Brasileira, que é composta também pelo Mato Grosso e parte do Maranhão. Pará, Maranhão e Amazonas são os Estados onde se encontra o maior contingente populacional dessa região.

Nesse contexto de desigualdades é evidente o distanciamento dessa região com as discussões travadas em outras partes do país. Além das inúmeras discussões contemporâneas necessárias, há uma fala mais de perto aos objetivos deste texto: o estabelecimento da TV Digital e consequentemente a transferência do padrão analógico televisivo para o padrão digital. A televisão analógica ainda é a mídia de maior alcance no país, como demonstrado anteriormente, e tem sido a grande difusora dos produtos audiovisuais no Brasil e grande disponibilizadora de informações para população, considerando apenas o volume e não a qualidade do que é disponibilizado que deve ser sempre e exaustivamente discutida buscando proposições para novos conteúdos. Portanto, quando se fala em mudanças relativas a esse domínio midiático há muito a ser aprendido.

Sendo ou não possível explorar a TV Digital nos rumos da inclusão digital e da consolidação de uma perspectiva educacional, ainda distante no padrão analógico, acreditamos que o caminho para a região Norte, porém, não é investir apenas em tecnologia e *fibraotizar* a Amazônia. Pelo contrário, o investimento deve ser na formação de recursos humanos para a condução dos novos rumos da televisão considerando a realidade da própria região, ainda desconhecida por nós moradores dessa parte do Brasil.

Dessa forma, é necessário o estudo constante das diferentes variáveis existentes na mudança para o padrão digital de TV nas diferentes regiões do país. Sem essa compreensão, fundamental para os estudantes que iniciam trajetória no campo da comunicação, corre-se o risco de vivenciar erros cometidos ao longo da trajetória dos meios de comunicação no Brasil e retornar ao estágio inicial da TV analógica, no qual a televisão foi encarada apenas como um eletrodoméstico (MALCHER; MIRANDA, 2009, p. 03).

Mesmo com a finalização da produção e divulgação do vídeo, hoje, o ABC Digital se constitui como projeto de pesquisa que envolve alunos do curso de Comunicação da UFPA no exercício da pesquisa sobre a transição do padrão televisivo e sobre a comunicação audiovisual. Continuamos aprofundando nossos estudos e dando asas as experimentações, buscando sempre a necessária inserção nas discussões nacionais e internacionais sobre a TV Digital.



REFERÊNCIAS

- BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette. **Mídias digitais: um espaço a ser construído.** In: Comunicação digital: educação, tecnologia e novos comportamentos. / André Barbosa Filho, Cosette Castro. – 1 ed. – São Paulo: Paulinas, 2008. – (Coleção comunicação & cultura)
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. **A Economia Política do mercado brasileiro de Televisão.** In: Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social. / André Barbosa Filho; Cosette Castro e Takashi Tome (orgs.). – São Paulo: Paulinas, 2005. – (Coleção comunicação-estudos)
- CABRAL FILHO, Adilson Vaz; CABRAL, Eula Dantas Taveira. **Começar de novo: sobre o controle público como perspectiva para o modelo brasileiro de Televisão Digital.** In: Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social. / André Barbosa Filho; Cosette Castro e Takashi Tome (orgs.). – São Paulo: Paulinas, 2005. – (Coleção comunicação-estudos)
- CROCOMO, Fernando Antônio. **TV Digital e produção interativa: a comunidade manda notícias.** Florianópolis: Ed. da UFSC, 2007.
- DUTRA, Manuel S. A natureza da mídia: os discursos da TV sobre a Amazônia, a biodiversidade, os povos da floresta. São Paulo: Anablume, 2009.
- 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 publicado nos Anais do I Simpósio Internacional de TV Digital. Disponível em <[http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/simtyd/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/simtyd/anais/MALCHER%3b%20CHOCRON%20-%20A%20chegada%20da%20TV%20Digital%20no%20Par%e1%20(606-628).pdf)>
- MALCHER, Maria Ataíde. **Teledramaturgia: agente estratégico na construção da TV aberta brasileira.** São Paulo: INTERCOM, 2009.
- MARTÍN-BARBERO. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Prefácio Néstor García Canclini; Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- MELLO, Alex Fiúza de. **Para construir uma universidade na Amazônia: realidade e utopia.** – Belém: EDUFPA, 2007.
- MIRANDA, Fernanda Chocron; et al. **ABC Digital.** Artigo publicado nos Anais do IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Norte. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/norte2010/expocom/EX22-0087-1.pdf>>
- MOTA, Regina. **Os desafios da TV Digital no Brasil.** In: Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social. / André Barbosa Filho; Cosette Castro e Takashi Tome (orgs.). – São Paulo: Paulinas, 2005. – (Coleção comunicação-estudos)
- Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil: TIC Domicílios e TIC Empresas 2009. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2010.
- WOLTON, Dominique. **Elogio ao grande público: uma teoria crítica da televisão.** São Paulo: Ática, 1996.



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