



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da
Comunicação
XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza,
CE – 3 a 7/9/2012

Telejornalismo na TV Digital Interativa: aspectos importantes à formação de um hipertelejornalista¹

Elane Gomes da SILVA²
Ed Pôrto BEZERRA³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

O avanço da tecnologia alcançou a televisão. Em tempos do digital busca-se ferramentas para adequar a mídia na nova era da TV Digital Interativa. Com esse propósito, o presente artigo tem o objetivo de sugerir orientações para o 'novo' fazer jornalístico televisivo. Analisaremos as transformações, que de fato, ocorrem no telejornalismo e como os profissionais terão que se adaptar às novas possibilidades de trabalho na TV Digital Interativa. A ideia central é propor modelos que seriam adotados pelos profissionais e que irão ajudar no trabalho do 'hipertelejornalista'.

PALAVRAS-CHAVE: Telejornalismo; TV Digital Interativa; Hipertelejornalista

Televisão, telejornalismo e o avanço da tecnologia

Desde sua invenção e popularização, a Televisão é um meio que oferece mais que entretenimento, mas também informação e cultura. Durante o século XX se consolidou como um meio de comunicação de massa. Para Carlos Ferraz (2009, p. 15) “A TV tornou-se mais atraente que o cinema, pois este só oferece entretenimento, mais que o jornal que só oferece notícias, e mais que o rádio. A TV agrega imagem ao áudio o que permite o conteúdo mais compreensível”.

De acordo com Tourinho (2009, p.57) o Brasil foi o sétimo país a possuir uma emissora de Televisão. O empresário Assis Chateaubriand inaugurou a TV Tupi em 18 de setembro de 1950, em São Paulo. No mesmo dia estreou publicamente uma programação voltada para o entretenimento e informação.

De lá pra cá, a forma de assistir Televisão mudou. Inovações ao longo dos anos aprimoraram a forma de fazer TV e transmitir. Para Tourinho (2009, p. 51-64) o videotape, a TV em cores, o controle remoto, as transmissões via satélite e o modelo digital marcaram o desenvolvimento deste meio de comunicação de massa. Além das inovações tecnológicas, os

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB, email: nanegsilva@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB, email: ed_porto@uol.com.br

métodos comerciais e jornalísticos também foram se desenvolvendo em conjunto com a Televisão. Linguagem e procedimentos organizacionais foram remodelados e ganharam 'nova roupagem'. Falamos aqui dos programas com conteúdos de informação, os telejornais.

Beatriz Becker (2005, p.09) afirma que os telejornais são produtos de informação de maior impacto na sociedade contemporânea e as principais fontes para a maioria da população brasileira e é aceito pela sociedade.

Com o surgimento de novas mídias, como a Internet, com o volume rápido de informações, os telejornais foram obrigados a mudar a sua forma, sua apresentação e buscavam ao máximo atrair o público. Segundo Tourinho (2009, p.91)

De modo semelhante aos diversos gêneros dos programas de televisão, o telejornalismo tem como uma de suas características a constante evolução de sua técnica e formato, incluindo aí a linguagem. A partir das inovações, mais visivelmente as tecnológicas, mas não apenas destas, o telejornal foi agregando qualidade e agilidade até chegar ao atual formato, com toda a sua riqueza de conteúdo, dinâmica e estética.

Por décadas tivemos a Televisão e todo seu conteúdo sendo exibido no formato analógico. De acordo com Siqueira (2008, p. 39) o sinal analógico se caracteriza por limitação de frequência, baixa resolução de vídeo, e áudio com qualidade limitada. E nas últimas três décadas quase nada evoluiu neste modelo de TV, um dos marcos deste modelo foi a transição da imagem preto e branco para a TV em cores. Tourinho (2009, p. 64) diz que foi na década de 70 que as principais emissoras brasileiras passaram a exibir programação em cores com regularidade.

Ao mesmo tempo em que a Televisão estava procurando formas de inovação, outras mídias surgiam e ganhavam força. A junção de áudio e imagem já não era mais exclusividade da TV. A internet veio abocanhar uma boa parcela do público que aprecia o audiovisual.

Buscavam-se formas de melhorar o sinal de transmissão e a qualidade da programação da Televisão. Segundo Squirra e Fachine (2009, p.8) a tecnologia foi incorporada à mídia e o avanço trouxe para a TV o sinal digital. O primeiro modelo de TV Digital (TVD) foi implantado nos Estados Unidos em 1998. Para Carlos Ferraz (2009, p. 15) a Televisão Digital não é apenas uma evolução tecnológica da televisão analógica, mas uma nova plataforma de comunicação.

A possibilidade de melhorar significativamente o som e garantir uma imagem de cinema dentro de casa era real. Para estudiosos, como Souza e Elias (2003) Bolaño e Brittos (2007), Siqueira (2008), Becker e Zuffo (2009) e Cannito (2010), a TV Digital se caracteriza por uma



variedade de artefatos comunicacionais ainda a serem descobertos, devidamente testados e caminhos possíveis para a sua plena realização devem ser apontados.

Em 2007 começaram a ser desenvolvidas no Brasil as primeiras experiências com a TV Digital (TVD). De acordo com Siqueira (2008, p. 37) popularmente a TV Digital caracteriza-se por uma imagem de qualidade superior e por um som tão puro quanto o dos melhores CDs. O autor ainda afirma que esse tipo de TV ultrapassa a simples ideia de inovação no som e na imagem e a longo prazo marcará uma nova era na comunicação de massa. Já Tourinho (2009, p. 69) vai além na explicação e afirma que se, em uma TV analógica temos o formato de 525 linhas horizontais de definição de imagem, na TV Digital esse número pula para 1080 linhas. Além disso, vários outros recursos (mobilidade, portabilidade e interatividade) são possíveis, graças à associação das telecomunicações com a informática.

A proposta de uma nova forma de ver TV com um ganho de qualidade de som e imagem norteou as discussões em todo o Brasil. Necessitava-se da escolha de um modelo digital a ser seguido para dar início a plena transmissão. De acordo com Cannito (2010, p. 92) entre 1994 e 2006 o debate sobre TV Digital no Brasil ficou restrito aos padrões tecnológicos. Seria necessário escolher um modelo entre os três disponíveis: Digital Vídeo Broadcasting – DVB-T (europeu), Integrated Service Digital Broadcasting – ISDB-T (japonês) e o Advanced Television Systems Committee – ATSC (americano).

Cannito (2010, p. 94) cita que em 29 de Junho de 2006, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva assinou o decreto 5.820 (Brasil, 2006), que estabeleceu as diretrizes para a digitalização da TV brasileira. No documento, a definição pelo padrão japonês ISDB-T como base do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre e determinava ainda que se incorporassem inovações tecnológicas locais. A curto prazo adotou-se no modelo brasileiro a alta definição, portabilidade, mobilidade, interatividade e tudo isso sem tarifação.

A ideia de ter um sistema próprio foi muito criticado em um primeiro momento. Segundo Cannito (2010, p. 95) A principal argumentação tanto por parte das emissoras, quanto das indústrias, era que o modelo nacional poderia trazer isolamento tecnológico. Questão que já foi resolvida.

A tecnologia adaptada para o Brasil recebe o nome de SBTVD – Sistema Brasileiro de Televisão Digital. O modelo traz opções de interatividade e multiprogramação. Em meio a tantas inovações tecnológicas e avanços nas formas de transmissão e recepção da TV, surgem vários



questionamentos ligados à produção televisual: Qual será perfil da informação que será veiculada no novo modelo de TV? Qual será a linguagem adotada no conteúdo da programação digital?

A chegada da TV Digital nos faz acordar para discussões em todas as áreas que formam uma Televisão. Desde a produção de informação até o entretenimento. Estamos em um momento delicado de transição e devemos ser cautelosos com esse processo para que tenhamos qualidade na programação. Com mudanças na forma de se fazer Televisão, os profissionais ainda não sabem qual modelo seguir ou em que se basear para a produção de conteúdo em alta qualidade. Falta conhecimento sobre o 'novo meio', a 'nova mídia'. De acordo com Siqueira (2008, p. 37):

Numa pesquisa conduzida pela TeleQuest, em São Paulo, em novembro de 2007, uma das conclusões surpreendentes era a de que 82% dos entrevistados das classes A e B não tinham a menor noção do que é/era TV Digital. Nas classes C e D, esse percentual chega a 97%.

Entendemos que o processo de digitalização no Brasil ainda terá um longo caminho, que avança a cada ano. É nesse contexto que surgem estudos que tentam promover a compreensão e organização do trato com a TV Digital.

Para tanto, este artigo tem o foco voltado para profissionais da área de Televisão, mais precisamente “*Telejornalistas*”. A proposta é traçar algumas lacunas no fazer televisivo digital e a partir daí, lançar características que poderão nortear o trabalho do profissional de TV. Pretendemos também, entender quais os passos que o profissional terá que percorrer para se adaptar a nova forma de fazer TV no Brasil. Estamos em época de entender as funções do ‘Hipertelejornalista’ - termo adotado dos escritos de Angelucci e Cosete Castro (2009), para definir o profissional que surge nesse contexto da TVD, e utilizado por nós na pesquisa.

Interatividade e o Ginga

O Decreto Presidencial nº 4,901 de 2003 fica explícito a importância, e não apenas tecnológica, da digitalização da TV no Brasil: “A televisão Digital não é apenas uma evolução tecnológica da televisão analógica, mas uma nova plataforma de comunicação, cujos impactos na sociedade ainda estão se delineando” (BRASIL, 2003).

Uma das conquistas da Televisão Digital é a possibilidade de oferecer interatividade ao telespectador. E é sobre esse aspecto que vamos nos deter nesse estudo preliminar. Siqueira (2008,

p. 46) diz que embora demore anos, o televisor digital vai se tornar um terminal de integração com o mundo, permitindo a longo prazo que indivíduos se conectem e se interliguem à vontade.

O novo meio de comunicação de massa deverá ser dotado de total interatividade para proporcionar entretenimento, educação, cultura e cidadania a um ‘clique’ do controle remoto. Sendo assim, a TV Digital passa a ser chamada de TV Digital Interativa. Mas, o que seria a interatividade? Estudiosos como Pierry Lévy (1999), Primo (2003), Montez e Becker (2004), Crocomo (2007), Ferraz(2009), Becker e Zuffo (2009) tentam explicar interatividade e lançam ao público definições de níveis interativos.

Para Montez e Becker (2004) em TV Digital entende-se como interatividade toda ação que possa ser considerada mútua e simultânea e envolva dois participantes que pretendem chegar a um objetivo comum. Já Crocomo (2007) afirma que em uma Televisão Digital Interativa é possível que os espectadores dialoguem com a TV, passando de uma postura passiva à de agentes. Ainda para o autor existem três níveis de interatividade que irão facilitar a intervenção do espectador na programação televisual. São eles:

- Interatividade Local – Nível 1: dados transmitidos são armazenados no terminal de acesso e disponibilizados por meio de hipertexto na tela do usuário que pode ir acessando as informações.
- Interatividade Nível 2: é utilizado canal de retorno, normalmente por telefone, que permite o espectador retornar a mensagem, mas não em tempo real.
- Interatividade Nível 3: é possível enviar e receber mensagens em tempo real. Como nos *chats*, uma vez que o canal de retorno está sempre funcionando.

Já Ferraz (2009, p. 31-34) parte de um pressuposto mais tecnológico para definir graus de interatividade e também categoriza três tipos de interatividade, são eles:

- Interatividade Local – Não haverá canal de interatividade. Os equipamentos receptores não terão interfaces de rede de comunicação, exigindo que as aplicações tenham apenas a chamada ligação local.
- Interatividade Simples – O canal de interatividade será de banda estreita: aqui o maior expoente tecnológico é a telefonia fixa ou móvel. É possível interagir com a emissora, mas de forma bem simples.
- Interatividade Plena - O canal de interatividade será de banda larga.

Mas devemos compreender que o potencial técnico não é suficiente para determinar o sucesso pleno da Televisão Digital Interativa, já que a tecnologia será combinada com a vontade do público de interagir com o meio. Pensando assim, recorreremos à visão de Pierre Lévy (1999). O autor francês organiza os níveis de interatividade de outra maneira.

- Personalização - possibilidade de apropriar-se da mensagem recebida já configura o espectador como ser que reage ao conteúdo assistido e o absorve de maneira particular;
- Reciprocidade – disponibilidade de um dispositivo que permita a comunicação um a um ou todos – todos;
- Virtualidade - enfatiza a mensagem em tempo real possibilitada pela saída e entrada de dados por um canal de retorno;
- Implicação – o espectador pode controlar um representante de si mesmo;
- Telepresença – interação do espectador, sem sair de casa, em um programa ao vivo.

Vimos que Lévy toma o termo interatividade de uma forma diferente, menos técnica, menos tecnológica e trata de forma mais pessoal. Newton Cannito (2010, p. 148) é um pouco mais prático e simples e classifica Interatividade em:

- Escolher o programa – a interatividade se dá com base na grade de programação, que interrompe o fluxo da Televisão para selecionar programas aos quais o espectador queira assistir;
- Bater um Papinho - a interatividade aqui não é com o programa, e sim com o outro espectador/usuário. Ela colabora para a conversa imediata e está relacionado ao hábito cultural de formação de comunidades;
- Participar- o espectador vota ou manda cartas para ser premiado;
- Mudar o programa – todos os aplicativos voltados à personalização do programa têm essa função. Algumas vezes, essa interatividade foca na direção, outras foca na narrativa.
- Ter possibilidade de criar – a forma mais radical de interatividade é a intervenção direta do usuário sobre a obra, recriando-a ao seu gosto com base em algum sistema automático, programado de acordo com seus interesses.

Mesmo sem um consenso, todos são unânimes em afirmar que é necessário a utilização de um software (tecnologia) junto a programação audiovisual, tentando assim – realmente- estabelecer uma comunicação entre emissor e receptor da mensagem. Primo (2003) alerta que “o canto da Iara



tecnológica é deslumbrante e entorpece o olhar de muitos pesquisadores”, mas é preciso muito cuidado ao tratar de interatividade.

TV Interativa consiste em aplicações de software executadas em servidores multimídia e de vídeo, set-top-boxes avançados, computadores pessoais e telefones móveis. No entanto, “TV Interativa” é uma palavra sem muito significado, com tantos apoiadores quanto oponentes. O termo tem sido usado para descrever tanto um aspecto tecnológico quanto para caracterizar uma forma de uso da mídia (Vorderer, 2000).

Atualmente observamos uma necessidade dos telejornais em oferecer algum tipo de participação popular. A ideia é sempre que os telespectadores possam fazer parte do telejornal e assim contribuir na formação do mesmo. A busca por maiores índices de audiência os leva a essa tentativa desenfreada de querer conquistar a massa através da participação. Mas, o que nós encontramos como interatividade é na verdade uma relação conflituosa entre TV e Internet. As pessoas são convidadas a participarem “interativamente” através da web para opinar, enviar vídeos ou fotos e até mesmo fazer perguntas. Entrando na discussão dos vários significados de interatividade, seria essa prática realmente interativa entre telespectadores e TV?

Modelos brasileiros de Interatividade já existem e deverão ser experimentados e testados aqui no país, de acordo com o Ministério das Comunicações do Governo Brasileiro, a partir de 2013 os televisores fabricados no país e com tecnologia de cristal líquido e plasma deverão vir equipados com softwares de interatividade. (Teleco, 2012).

Para ter interatividade, a TV Digital se apoiará em noções de informática permitindo ações similares as realizadas num computador. O tipo de *software* que permite essa prática interativa é chamado de *middleware*⁴. Para o sistema de TV Digital brasileiro foi desenvolvido o Ginga. Resultado de anos de pesquisas lideradas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), o Ginga reúne um conjunto de tecnologias e inovações brasileiras que o tornam a especificação de *middleware* mais avançada e, ao mesmo tempo, mais adequada à realidade do país.

De acordo com Angelucci e Cosete Castro (2009):

O Ginga permite, além da interatividade e mobilidade, a interoperabilidade entre os padrões – fator pelo qual foi premiado e reconhecido internacionalmente pela qualidade e inovação. O padrão também foi aprovado e recomendado pela União

⁴ É a camada de software intermediário que permite o desenvolvimento de aplicações interativas para a TV Digital de forma independente da plataforma de hardware dos fabricantes de terminais de acesso (set-top boxes).

Internacional de Telecomunicações (UIT). O governo brasileiro está trabalhando para criar um sistema sul-americano de TVD com base no modelo nipo-brasileiro, demonstrando interesse na adoção de um mesmo padrão de TVD para os países da América Latina (Argentina, Chile, entre outros).

O Ginga é um *middleware* que torna os aplicativos funcionais, independentemente da plataforma de um fabricante de receptor digital onde sejam executados. No caso de TVD, pode-se dizer que o modelo de *middleware* define o sistema de televisão. É a partir do mesmo que será regida a indústria de produção de conteúdo. O *Middleware* Ginga pode ser dividido em três subsistemas principais: Ginga-CC, Ginga-J e Ginga-NCL. O primeiro, o Ginga- CC, oferece um suporte básico aos outros dois (Ginga- J e Ginga - NCL).

O Ginga - NCL é o da linguagem de programação declarativa. Ele é usado para implementar aplicações de objeto mais específico, sendo mais simples e de mais alto nível de abstração. De acordo com Cirne, Fernandes e Pôrto (2009, p.89) “Dessa forma os programadores conseguem escrever os códigos das aplicações de forma mais rápida e fácil.” Este tipo de *middleware* é desenvolvido e aperfeiçoado nos laboratórios da PUC-RJ.

O Ginga-J foi desenvolvido pela UFPB, sua ideia é prover uma infraestrutura de execução de aplicações baseadas em linguagem Java, com facilidades especificamente voltadas para o ambiente de TVD. O Ginga- J possui linguagens procedurais, com um maior número de recursos que vão possibilitar a construção de aplicações mais avançadas e complexas. É importante pensar como será feita e implantada de uma forma geral a interatividade nas TVs brasileiras e como o público receberá isso.

O que fica mais claro com essas explicações tecnológicas é que quem deverá trabalhar na formação e na apresentação da TVDI deverá ir além. Será necessário em termos gerais ter em mente a aplicabilidade de noções de informática e tecnologia. Segundo Brennan e Lemos (2007, p.3):

A evolução das técnicas de codificação digital de áudio e vídeo, aliada aos novos esquemas eficientes de modulação para transmissões digitais, tornam possível o advento da TV Digital e com ela uma vasta gama de novos serviços. A possibilidade de encapsulamento de dados para a difusão em conjunto com áudio/vídeo de TV abre um leque de diversas alternativas para a provisão de serviços avançados. As emissoras poderão não somente disponibilizar uma programação de alta qualidade de imagem e som, mas também a tornar mais atraente, permitindo aos usuários interagirem com os programas que estão sendo assistidos.



A vontade da implantação definitiva esbarra em questões conflituosas. Como o alcance das tecnologias para atender em potencial os telespectadores da Televisão brasileira, o que só será possível com a superação de entraves entre governos e fabricantes. O custo de produção dos equipamentos ainda não os tornam viáveis para o público. Já o Governo tem limites para dar incentivos fiscais, além de um cronograma de digitalização que passa pela infraestrutura de estados e municípios para receber os equipamentos de transmissão e exibição. Outra questão é a capacitação dos profissionais que trabalham com o telejornalismo e os que operam máquinas para facilitar o trabalho do “*Telejornalista*”. Todos esses profissionais necessitam entender como funciona a tecnologia para que possam trabalhar com ela.

Desde 2007, os municípios brasileiros estão se adequando pouco a pouco ao digital. Em maio de 2012 a Anatel divulgou uma relação sobre a situação atual da TV Digital no Brasil. De acordo com a Agência, 89.2 milhões de pessoas (o equivalente a 46,80% da população brasileira) estão cobertas pela TV Digital. Ao todo são 31,3 mil domicílios, em 508 municípios. Segundo comunicado divulgado, a expectativa do governo é de que “a cobertura da Televisão Digital Terrestre no Brasil seja igual ou superior à cobertura analógica atual antes mesmo de 2016, ano em que está previsto o fim das transmissões analógicas”. (Teleco, 2012). Com números tão elevados, nasce a necessidade da adequação do processo de trabalho em TV. Do analógico para o digital, o que será preciso para produzir material digital de alta qualidade e como isso será levado e absorvido pelo público? Canitto (2010, p. 62) diz que “Essa simples definição de TV Analógica para a TV Digital remodela tudo: da linguagem à organização das empresas que estão revendo seu plano de negócios e reorganizando seu modelo de produção”.

Características do Profissional da TVDI – TV Digital Interativa

Nos cabe aqui iniciar uma reflexão do que realmente muda na postura profissional com a chegada de uma 'nova mídia' como é o caso da TVDI – Televisão Digital Interativa. As discussões, porém, sobre produção de conteúdos, sobretudo no que se refere às novas formas do fazer jornalístico, ainda são incipientes. O que se registra, por enquanto, são algumas experiências isoladas de protótipos para telejornal brasileiro baseados na tecnologia do SBTVD-T (Cirne, Fernandes e Pôrto, 2009). A nossa proposta, portanto é sugerir modelos, aqui entendido como comportamentos ou formas de agir no cotidiano de um “*Telejornalista*” e que poderão ajudar os



profissionais a se adequarem a nova produção conteúdos audiovisuais.

Para isso criamos categorias simples que devidamente adotadas nortearão o fazer jornalístico na produção de um Telejornal Interativo. É extremamente necessário explicar que as características apontadas e sugeridas foram idealizadas pelos autores, a partir de perfis de atividades televisivas já existentes. Para tanto, entendemos que devemos explicitar nossa escolha pela nomeação: o radical grego 'Tele' que significa ao longe, distância. Este em junção com o termo 'jornalista', que de acordo com a definição de Soares Amora (1999) remete-se a pessoa que redige, transmite, edita ou dirige um noticiário periódico, de rádio ou de televisão, forma-se portanto a nomenclatura “Telejornalista”. Adotamos o termo para deixar claro que estamos caracterizando funções importantes à formação de um jornalista de TV, daí juntamos os dois termos para reforçar que as características são inerentes a quem trabalha em uma redação de uma emissora de Televisão. O termo “Telejornalista” somado ao indicativo da atividade, por exemplo: *em rede, integrante e multimidiático*, complementariam os nomes dados às características do que Angelucci e Cosete Castro (2009) chamam de “Hipertelejornalista”.

Sugerimos cinco categorias que acreditamos que irão servir de orientação neste momento de transição de analógico para o digital. Decidimos usar o termo “Telejornalista” em todas as categorias, para fixar que estamos desenvolvendo características para os jornalistas que trabalham em Televisão. Os procedimentos adotados por eles divergem de outras áreas do jornalismo e por isso acreditamos ser necessário a utilização de uma nomenclatura própria da função para não criar conflitos com outras áreas da comunicação audiovisual.

As categorias que um “Hipertelejornalista” deveria adotar são as indicadas abaixo:

- 1) *Webtelejornalista*
- 2) *Telejornalista Participativo*
- 3) *Telejornalista Integrador*
- 4) *Telejornalista Multimidiático*
- 5) *Telejornalista marketeiro*

Quando trazemos o termo *Webtelejornalista*, acreditamos que assim como a TV Digital Interativa ganhará ares de internet, os “Telejornalistas” logo no ponto de partida necessitarão de noções de jornalismo para web: linguagem e procedimentos. Por isso a adoção da palavra “web” na nomenclatura da categoria, formando o termo “Webtelejornalista”. Quando falamos em linguagem, nos referimos sempre aos textos que deverão fazer parte da notícia jornalística. Mas, vale lembrar

que a TV Digital deverá ter uma linguagem própria, o que propomos aqui são apenas noções, e em um primeiro momento.

Em *Telejornalista participativo*, entendemos que o meio deverá permitir uma maior participação do jornalista com os telespectadores, de uma forma mais rápida, eficaz e dinâmica. Apresentadores irão participar da informação, e não tão somente “anunciar” notícias. Repórteres deverão trazer informações complementares, para um público participativo. As redações deverão preencher informacionalmente os desejos e anseios do telespectador, dando a ele a oportunidade da participação e da resposta imediata. O espectador agora também faz parte do processo produtivo, seria um “*prosumer*”, adotando aqui ousadamente o termo em inglês, que é formado pela junção das palavras *producer and consumer*. O telespectador agora faz parte da notícia e todos ao mesmo tempo tornam-se “colegas de redação”. Daí a indicação de “*participativo*” na nomenclatura.

A terceira categoria é o *Telejornalista integrador*. Caberá ao hipertelejornalista organizar novas rotinas e adequar o processo de produção de informação ao novo integrante. O Hipertelejornalista norteará o caminho a ser seguido na redação do futuro, em quais processos o telespectador terá papel fundamental e como ele será ouvido. Ele que integrará o telespectador, o envolverá, daí a escolha do termo “*Integrador*”.

Já a categoria quatro é o *Telejornalista multimidiático*, no espaço da TV Digital Interativa, este jornalista será o guia, ele que terá noções de informática e saberá usar a ferramenta para a interatividade, mais que narrador dos fatos, este será o mediador do ciberespaço. Tratamos aqui do termo “*multimídia*” para direcionar a atenção de que não estamos trabalhando apenas com a Televisão, de fato, usaremos noções de informática. Este difere do *Webtelejornalista*, que irá se preocupar essencialmente com a produção textual, enquanto que o Multimidiático trabalhará com questões de tecnologia, preocupando-se com o desenvolvimento de conteúdo interativo.

Carregando noções de marketing, sugerimos o *Telejornalista Marketeiro* para atrair audiência. Lembrando que uma das características da TV Digital é a multiprogramação, o número de canais poderá ser incontável, então quem trabalhar em uma determinada emissora, deverá entender de formas que possam atrair e manter a audiência. Sairemos da linearidade de funções. Na proposta da TV Digital Interativa não se tem mais apenas repórteres, produtores, editores e apresentadores. Deveremos ter jornalista aptos a trabalhar com a nova mídia, não poderemos mais seguir um modelo fechado, em que 'cada um faz o seu'. Na TVDI teremos profissionais capacitados a trabalhar no mais diversificado campo da notícia.



Com a sugestão dessas características não queremos propor um modelo fechado, elas apenas poderão servir de base para o início da formação de um profissional de TV. Outras características poderão se adicionadas e algumas poderão ser 'engolidas' pelas novas, mas o que queremos deixar claro é que é necessária a sugestão de um caminho a seguir na produção de conteúdo jornalístico audiovisual. O que os profissionais podem usar para complementar o trabalho e definitivamente apontar o que deve ser feito para transferir de forma plena o trabalho desenvolvido em uma emissora de Televisão analógica para uma emissora de Televisão digital.

Considerações Finais

Ao refletirmos sobre o processo de transição do analógico para o digital observamos a inércia de muitos profissionais de televisão, sobretudo jornalistas, que ignoram por completo muitas das mudanças significativas em sua rotina de trabalho. Talvez isso se dê pelo fato de que muitos deles estão acostumados com suas funções e ainda não tenham recebido total informação sobre como será o processo de digitalização da TV. Fica claro que muitos sabem apenas sobre a qualidade de imagem e som tão prometida nos jornais, revistas e programas que falam superficialmente sobre a chegada da TV Digital ao Brasil, mas para quem trabalha jornalisticamente e tecnicamente com a Televisão no país, pouco se conhece sobre o processo de digitalização e como será a capacitação para uma real adequação ao novo modelo. Para tanto, achamos necessária a criação de um modelo básico com características que poderão fazer a diferença no início dos trabalhos jornalísticos em uma emissora de Televisão Digital.

Vale lembrar que muda-se do telespectador ao profissional. Desde o início, quando falamos em alcance de mídia, entendemos que a televisão tem uma função social muito grande e pertinente, devemos manter isso. A TVDI deverá ser acessível, deve somar e jamais se tornar uma mídia complicada para a massa. Esta tem por obrigação ser ferramenta de inclusão digital e o Governo deverá facilitar esse processo com a obrigação da inclusão do Ginga - software de interatividade - já durante a fabricação dos aparelhos, além, claro, do barateamento dos custos e do incentivo à compra. O repensar do fazer jornalístico com a chegada da Televisão Digital Interativa nos leva a sugerir aqui uma integração entre Universidades e Veículos de Meios de Comunicação, para que os próximos profissionais a entrarem no mercado de trabalho já venham dos bancos da Universidade com noções do papel do hipertelejornalista. Será este profissional quem deverá nortear as



discussões e aprimorar o modelo de comunicação televisiva digital. Cabe a nós refletirmos que a comunicação, a partir de agora, não se dará puramente com o ato de informar, mas com recursos de informática, designers, marketing poderá se reorganizar o espaço de produção noticiosa. Este novo profissional será o responsável por saber lidar com um público pensante e participativo. O hipertelejornalista, pensará hipermediaticamente e terá sempre em mente que a Televisão é um meio de comunicação de massa que pode convergir com outras mídias e ainda assim ser um meio único e interativo ao máximo.

Referências Bibliográficas

ANGELLUCCI, A.; COSETE, C. **A práxis na televisão digital: o despertar do hipertelejornalista.** Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo : Intercom, 2009. v. 14.

AMORA, Antônio Soares. **Minidicionário Soares Amora da Língua Portuguesa.** 6º edição – São Paulo: Saraiva: 1999.

BECKER, V.; ZUFFO, M. Interatividade na TV DIGITAL: Estado da Arte, conceitos e oportunidades. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Ivana. **Televisão Digital: Desafios para a Comunicação.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal: um estudo da cobertura dos 500 anos do Descobrimento do Brasil.** Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

BECKER, V; MONTEZ, C. **TV Digital interativa: Conceitos, Desafios e Perspectivas para o Brasil.** Florianópolis: I2TV, 2004

BRASIL. Decreto-lei n. 5.820, de 29 de junho de 2006. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T (Sistema Brasileiro de Televisão Digital – Terrestre), e dá outras providências, Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, 30 de junho de 2006.

BRENNAND, E.; LEMOS, G. **Televisão Digital Interativa: reflexões, sistemas e padrões.** Vinhedo: Horizonte, São Paulo: Mackenzie; 2007.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão na era digital: exclusão,**



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012

esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007.

CANNITO, Newton Guimarães. **A Televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

CIRNE, L.; FERNANDES, M.; PÔRTO, E. **Perspectivas da Interatividade no Telejornalismo da TV Digital Brasileira**. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Ivana. **Televisão Digital**: Desafios para a Comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009.

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

FERRAZ, Carlos. Análise e Perspectivas da Interatividade na TV Digital. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Ivana. **Televisão Digital**: Desafios para a Comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009.

GINGA DF- BRASIL. O que é Ginga?. Disponível em: <<http://www.gingadf.com.br/blogGinga/>> Acesso em: 11/05/2012.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **Interação mediada por computador**: a comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional. Tese de Doutorado. 2003

SIQUEIRA, Ethevaldo. **Para compreender o mundo digital**. São Paulo: Globo, 2008.

SOUZA, Frederico Borelli; ELIAS, Gledson. “Uma arquitetura de middleware para sistemas de televisão interativa”. Disponível em: <www.wdbc.dc.ufscar/artigosaceitos/frederico-middleware.pdf>. Acesso em 20 de julho de 2012.

SCOLARI, C. A . Ecología de la Hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad em la televisión contemporánea. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Ivana. **Televisão Digital**: Desafios para a Comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Ivana. **Análise da TV digital brasileira**. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Ivana (Orgs.). **Televisão Digital**: Desafios para a Comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009.



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da
Comunicação
XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza,
CE – 3 a 7/9/2012

TELECO, “**46,80% da população está coberta pela TV Digital, diz Anatel**”. Seção: TV Digital.
Disponível em http://www.teleco.com.br/tvdigital_cobertura.asp. Acessado em: 20 de julho de
2012.

_____. “**Aniversário da TV Digital passa sem ser lembrado pelo governo**” . Seção: TV Digital.
Disponível em <http://www.teleco.com.br/tvdigital.asp>. Acessado em: 20 de julho de 2012.

TOURINHO, Carlos. **Inovações no Telejornalismo: O que você vai ver a seguir**. Vitória:
EspaçoLivros, 2009.

VORDERER, P. **Interactive Entertainment and beyon**. IN: Media Entertainment: The
Psychology of Its Appeal, ZIL ANN, D. And Vorderer, P. (Eds.) Lawrence Erlbaum Associates,
2000, p.21-36.