

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA – UNESP
MESTRADO PROFISSIONAL EM TELEVISÃO DIGITAL:
INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO**

Eloiza Cristina Fontes Vieira

**TV DIGITAL: ROTEIRO E PROTÓTIPO DE TELEJORNAL INTERATIVO
BASEADO NO CONCEITO DE INFOTRETENIMENTO**

**Bauru
2013**

Eloiza Cristina Fontes Vieira

**TV DIGITAL: ROTEIRO E PROTÓTIPO DE TELEJORNAL INTERATIVO
BASEADO NO CONCEITO DE INFOTRETENIMENTO**

Trabalho de Conclusão de Mestrado apresentado ao Programa Televisão Digital: Informação e Conhecimento da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Universidade Estadual Paulista (Unesp), para obtenção do título de Mestre em Educação Assistida sob a orientação do Prof. Dr. Marcos Américo.

Bauru
2013

Vieira, Eloiza Cristina Fontes.

TV Digital: Roteiro e protótipo de telejornal interativo baseado no conceito de Infotretenimento / Eloiza Cristina Fontes Vieira, 2013
79 f. :Il.

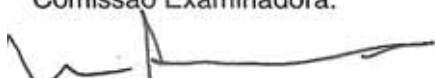
Orientador: Dr. Marcos Américo

Dissertação (Mestrado)- Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2013

1. TV Digital. 2. Telejornalismo. 3. Interatividade. 4. Infotretenimento. 5. Roteiro. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE ELOIZA CRISTINA FONTES VIEIRA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TELEVISÃO DIGITAL: INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO, DO(A) FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO DE BAURU.

Aos 25 dias do mês de fevereiro do ano de 2013, às 14:00 horas, no(a) Auditório da Seção Técnica de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP - Câmpus de Bauru, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof. Dr. MARCOS AMERICO do(a) Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. FRANCISCO ROLFSEN BELDA do(a) Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. JOÃO CARLOS MASSAROLO do(a) Departamento de Artes e Comunicação da Universidade Federal de São Carlos, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de ELOIZA CRISTINA FONTES VIEIRA, intitulada "TV DIGITAL: ROTEIRO E PROTÓTIPO DE TELEJORNAL INTERATIVO BASEADO NO CONCEITO DE INFOTRETENIMENTO". Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: APROVADA . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.



Prof. Dr. MARCOS AMERICO



Prof. Dr. FRANCISCO ROLFSEN BELDA



Prof. Dr. JOÃO CARLOS MASSAROLO

Eloiza Cristina Fontes Vieira

**TV DIGITAL: ROTEIRO E PROTÓTIPO DE TELEJORNAL INTERATIVO
BASEADO NO CONCEITO DE INFOTRETENIMENTO**

Área de concentração: Comunicação, Informação e Educação em Televisão Digital

Linha de pesquisa: Educação Assistida por Televisão Digital

Banca examinadora:

Presidente/ Orientador: Dr. Marcos Américo

Instituição: Unesp-Bauru

Prof. 1: Dr. Francisco Rolfsen Belda

Instituição: Unesp-Bauru

Prof. 2: Dr. João Carlos Massarolo

Instituição: UFSCAR

Resultado: APROVADA

Bauru, 25/fevereiro/2013.

Aos meus pais, Nelson e Elizabeth, e ao meu irmão Rafael que estão sempre presentes me ajudando, me incentivando e mostrando que só a determinação e o aprendizado nos tornam pessoas melhores.

AGRADECIMENTOS

Depois de graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Unesp-Bauru em 2010, resolvi continuar estudando e prestei o processo seletivo do Mestrado em TV Digital. Em 2011, me tornei mestranda. Foram dois anos de muitas viagens para concluir as disciplinas. Nesse período, quando o cansaço tomava conta e batia o desânimo, minha família me incentivou a não desistir e me ajudou na correria. Afinal, conciliar trabalho e estudo não foi uma tarefa fácil. A distância piorou a situação. Agradeço a eles por estarem ao meu lado e terem me apoiado. Foi um período de muito esforço e desafios, mas só consegui chegar aqui graças à base sólida que eu tenho: a minha família. Obrigada, mãe e pai, por sempre estarem ao meu lado, me dando força para não desistir dos meus objetivos, acreditando e confiando no meu potencial. Obrigada, Rafa, por ser esse irmão tão carinhoso, dedicado, inteligente, de quem eu tenho orgulho em tê-lo como exemplo, irmão e melhor amigo.

Agradeço aos amigos de infância, Erik Vinícios e Ellen Carvalho, pelo companheirismo, pelas palavras amigas durante esse período e pelas contribuições.

Agradeço aos amigos Mateus Yuri Passos e Mayra Fernandes, pela amizade e pelas sugestões acadêmicas tanto na época de graduação como, agora, no mestrado.

Agradeço à amiga Nádía Pirillo, pelo pouso em Bauru quando ia às aulas, ao amigo Marcel Verrumo, que com sua sinceridade nunca me deixou desistir, sempre dando os melhores conselhos – mesmo que duros, às vezes, – à prima Vanessa Lehen que se mostrou tão presente nos momentos mais difíceis.

Agradeço aos amigos de profissão, os cinegrafistas Leandro Campos e Rogério Mattos, que ajudaram na gravação das reportagens e do telejornal “Realidade Interativa”.

Agradeço o incentivo e a confiança depositada pelo professor Marcos Américo, que sempre foi um orientador presente e empenhado no desenvolvimento da pesquisa. À banca examinadora, professores Francisco Rofsen Belda e João Carlos Massarolo, que aceitaram de prontidão o convite para fazer a avaliação da Dissertação. Agradeço, também, a todos os amigos de mestrado que, nos momentos de aperto, ajudaram no que era possível.

Por fim, agradeço a Deus por sempre iluminar o meu caminho e ter me dado a oportunidade de conhecer todas essas pessoas e ter vivido mais essa experiência.

Muito obrigada a todos que direta e indiretamente me ajudaram a concretizar mais esta etapa da minha vida acadêmica.

"Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível." (Charles Chaplin)

VIEIRA, E. C. F. **TV Digital: Roteiro e Protótipo de Telejornal Interativo baseado no conceito de Infotretenimento**. 2013. Trabalho de Conclusão de Mestrado em TV Digital: Informação e Conhecimento – FAAC – UNESP, sob orientação do prof. Dr. Marcos Américo, Bauru, 2013.

RESUMO

O presente trabalho é baseado em um estudo exploratório sobre as relações entre os conceitos de Telejornalismo em TV Digital com o gênero do Infotretenimento, que é definido como o modelo de programa que adota a fórmula de uma produção híbrida seguindo uma linha que se situa ou combina elementos entre informação e entretenimento. Dessa maneira, um roteiro e um protótipo de telejornal interativo são desenvolvidos. Neste relatório técnico, apresentam-se o roteiro completo de um telejornal que transmite informações por meio do entretenimento (Infotretenimento) e imagens de como funciona a interatividade desse protótipo.

PALAVRAS-CHAVE: TV Digital. Telejornalismo. Interatividade. Infotretenimento. Roteiro.

VIEIRA, E. C. F. **Digital TV: Prototype Telejornal and Screenplay based on the concept of Interactive Infotainment.** 2013. Conclusion Work Master in Digital TV: Information and Knowledge - FAAC - UNESP, under the guidance of prof. Dr. Mark Américo, Bauru, 2013.

ABSTRACT

The present work is based on an exploratory study on the relationships between the concepts of TV Journalism in the Digital TV in the Infotainment genre, which is defined as the program model that adopts the formula of a hybrid production following a line that lies or combines elements between information and entertainment. Therefore, a script model was developed and a prototype interactive newscast are developed. This technical report presents the full script of the newscast that transmits information through entertainment (Infotainment) as well as images of how the interactivity of this prototype works.

KEYWORDS: Digital TV. TV journalism. Interactivity. Infotainment. Screenplay.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Categoria, Gêneros e Formatos na TV brasileira.....	32
Figura 2: Formato Interativo de Infotretenimento	38
Figura 3: As cinco questões propostas por Gowin	40
Figura 4: O “V de Gowin”	41
Figura 5: Fluxograma baseado no “V de Gowin”	42
Figura 6: Lauda para TV explicada por Paternostro.	47
Figura 7: Menu Principal Interatividade	48
Figura 8: Aplicação de Interatividade do Menu Principal “EMPREGO”	49
Figura 9: Aplicação de Interatividade do Menu Principal “PREVISÃO DO TEMPO”	49
Figura 10: Aplicação de Interatividade do Menu Principal “DESTAQUES”.....	49
Figura 11: Aplicação de Interatividade do Menu Principal “+NOTÍCIA”	50
Figura 12: Interação “+NOTÍCIA”	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Categorias e Gêneros na Televisão Brasileira.....	33
Tabela 2: Formatos na Televisão Brasileira.....	34
Tabela 3: Menus de Interatividade Roteiro Telejornal “Realidade Interativa” Execução.....	45

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 RELATÓRIO TÉCNICO	15
2.1 DADOS GERAIS DO PROJETO	15
2.2 DESCRIÇÃO DO PROJETO.....	17
2.3 MATERIAL E MÉTODOS.....	18
2.4 JUSTIFICATIVA	18
2.5 RESULTADOS OBTIDOS	19
3. PRINCÍPIOS NORTEADORES.....	21
3.1 TV Digital.....	21
3.2 Interatividade	24
3.2.1 A TV Interativa.....	26
3.3 Telejornalismo	28
3.4 Infotretenimento	32
4 Telejornal “Realidade Interativa”	39
4.1 Metodologia.....	39
4.2 Roteiro	46
4.3 Conteúdo.....	51
5 PARCERIA INTITUCIONAL.....	53
6 IMPACTOS.....	54
7 EQUIPE.....	55
8 DIFICULDADES.....	56
9 COMENTÁRIOS GERAIS E PERSPECTIVAS	57
REFERÊNCIAS	59
ANEXOS.....	64

INTRODUÇÃO

A TV surgiu no Brasil na década de 50 e naquela época poucas pessoas tinham acesso a esse meio de comunicação. Em pouco tempo, passou a ser o veículo de maior penetração na sociedade e tornou-se, para a maior parte dos brasileiros, o principal meio de obter informação e entretenimento.

Segundo dados do IBOPE (2010), os aparelhos de TV estão presentes em 95,1% das residências do Brasil. Dessa forma, atualmente, investimentos em pesquisas estão propiciando com que inovações e aperfeiçoamentos, tanto no material quanto na programação, sejam destinados para que a TV possa continuar se destacando entre os meios de comunicação existentes. Foi nessa perspectiva que modelos americanos, europeus e japoneses se preocuparam em criar uma TV com *High Definition* (com alta qualidade de imagem e som) e com possibilidade de interação¹.

Com essas inovações tecnológicas realizadas para a melhoria de transmissão de imagem e som e da possibilidade de criação de uma programação interativa para a televisão, se faz necessária a utilização de estratégias para elaborar programas jornalísticos com esses moldes que atraíam o telespectador. Assim não é só utilizar recursos desse novo formato, mas pensar na forma de transmitir os conteúdos.

Como na atualidade a sociedade se situa na era da “Economia da Atenção”², uma das formas de atrair o público para informação seria por meio do Infotretenimento³. O receptor ao estabelecer contato com produtos de entretenimento processa as informações reatribuindo significado a elas e aprende durante esse processo.

¹ A TV interativa, convergente, que atualmente opera na TV Digital em muitos países, é recente e ainda não possui uma teoria estabelecida e difundida no campo da comunicação. Mais comum é encontrarmos textos referentes a detalhamentos técnicos de seu funcionamento, como padrões de produção, codificação/decodificação e difusão do sinal, além de estratégias de mercado. No Brasil, grande parte das publicações sobre o assunto analisou os modelos internacionais de modo exploratório, com base para o desenvolvimento de um modelo nacional compatível com nossa demanda e nossa cultura (TEIXEIRA, 2009, p.20).

² A ideia de que existe uma “economia da atenção” é do físico teórico norte-americano Michael H. Goldhaber. Em 1997 ele publicou um artigo na revista *Wired*, em que propunha a hipótese de que assistimos a transição de uma “*economia de base material*”, na qual a moeda é o dinheiro, para uma “*economia da atenção*”, na qual a moeda passa a ser a atenção. Isso se explica pela enorme quantidade de informação, relevante e irrelevante, que não para de crescer, principalmente na Internet. A informação produzida seria maior do que o tempo que as pessoas têm para ler e assimilá-la. Disponível em: <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/326063/Economia-de-la-atencion-Relevancia-versus-Infoxicacion.html>. Acesso em: 07 de julho de 2011.

³ Termo definido como o modelo de programa que adota a fórmula de uma produção híbrida seguindo uma linha que se situa ou combina elementos entre informação e entretenimento. A conceitualização completa desse termo está disponível no item 3.4 pág. 31 deste trabalho.

É pensando sob essa ótica que o presente trabalho se baseou em princípios norteadores compostos por um estudo exploratório realizado anteriormente pela pesquisadora sobre os conceitos de TV Digital, Interatividade, Infotretenimento e Telejornalismo para dessa forma ter subsídios para criar um roteiro e produzir um protótipo de telejornal interativo de Infotretenimento para TV Digital.

Nesse sentido o trabalho é dividido em três partes. A primeira apresenta o relatório técnico-científico onde se encontram as instituições envolvidas, a descrição do projeto executado, a metodologia utilizada e suas justificativas. A segunda parte analisa questões teóricas sobre os conceitos de TV Digital, Interatividade, Infotretenimento e Telejornalismo que serviram como princípios norteadores para o desenvolvimento do projeto. Já na terceira parte estão os resultados obtidos e a descrição do roteiro e do protótipo desenvolvido. Por fim, foram explanados os impactos, as dificuldades encontradas e as perspectivas deste estudo.

2 RELATÓRIO TÉCNICO

2.1 DADOS GERAIS DO PROJETO

Mestranda: Eloiza Cristina Fontes Vieira	Área de Concentração – Linha de Pesquisa: Comunicação, Informação e Educação em Televisão Digital – Educação Assistida por Televisão Digital
---	---

Orientador: Professor Dr. Marcos Américo

Título do Projeto: TV Digital: Roteiro e Protótipo de Telejornal Interativo baseado no conceito de Infotretenimento	Sigla: TVDRPTIBCI
--	--------------------------

Período de Execução Física: 07/11/2012 à 10/01/2013
--

Grande Área do Conhecimento (usar a nomenclatura do CNPq): Ciências Sociais Aplicadas / 6.09.00.00-8 Comunicação
--

<p>Valor total do projeto (incluindo todos os intervenientes): Este projeto não gerou custos significativos.</p> <p>Bolsas - Financiamentos – Convênios e Parcerias (descrever o tipo de apoio recebido): Este trabalho foi desenvolvido na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), junto ao Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital (PPGTVD) da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC).</p>

Instituições participantes:

- **Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP):** Essa instituição foi fundada em 1976 e se distingue das outras entidades de ensino superior gratuitas do Brasil por estar presente em 23 cidades, das quais 21 estão localizadas no interior, uma na capital e a outra na região de São Vicente, onde foi criado o primeiro câmpus de uma universidade pública no litoral de São Paulo. O ensino oferecido, considerado um dos melhores do país, atinge mais de 46 mil alunos de praticamente todo o território paulista⁴.

- **Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC):** Essa faculdade tem suas raízes no curso de Desenho e Plástica iniciados no ano de 1969, na Faculdade de Ciências da Fundação Educacional de Bauru (FEB). A Fundação evoluiu de uma Faculdade de Engenharia, com um único curso de Engenharia Mecânica, para um complexo de quatro Faculdades e um Colégio Técnico Industrial. As Faculdades e o Colégio Técnico foram transformados em Universidade de Bauru, sendo reconhecida pelo Ministério da Educação em novembro de 1986, através da portaria no. 774. No dia 15 de agosto de 1988, após aprovação pelo Conselho Universitário da UNESP, o Governo do Estado de São Paulo incorporou a Universidade de Bauru à Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, com a seguinte estrutura acadêmica: Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Faculdade de Ciências e Faculdade de Engenharia e Tecnologia⁵.

Caracterização da Pesquisa: PTCBT - para avançar conhecimento, com potencial de aplicação tecnológica

Caracterização da pesquisa com uma breve justificativa para o enquadramento: Com a chegada da TV Digital, é preciso repensar como são feitos e produzidos os programas na televisão de modo a utilizar as ferramentas possibilitadas pela digitalização como a Interatividade, que ainda é pouco explorada e aplicada. Assim, uma das preocupações desse trabalho é já refletir sobre conteúdos para esse novo formato de TV. No caso deste trabalho, o tipo de programa escolhido para propor novas formas de conteúdo é o telejornal que também precisa ser aprimorado com a chegada da TV Digital. Para isso, dois recursos são discutidos nesta pesquisa, formas de interações do telespectador nos conteúdos adicionais das matérias e assuntos de reportagens atrativos com linguagens mais dinâmicas e leves de modo a contemplar o conceito de Infotretenimento. Essa aglutinação de formatos é uma maneira de

⁴ BELLUZO & GOBBI (Orgs.). Manual para apresentação de trabalho de conclusão de curso de mestrado, UNESP. Bauru, 2010.

⁵ Disponível em: <http://www.faac.unesp.br/historico/index.php>. Acesso em: 20 de novembro de 2012.

conquistar o público que tem que ser atraído logo no início do telejornal e da matéria.

2.2 DESCRIÇÃO DO PROJETO

Tema: TV Digital: Roteiro e Protótipo de Telejornal Interativo baseado no conceito de Infotretenimento.

Objeto - Problema: Como elaborar um roteiro e protótipo de telejornal interativo para TV Digital que alie informação e entretenimento?

Objetivo Geral: Propor meios de utilização dos recursos proporcionados pela TV Digital no telejornalismo a partir de elementos do Infotretenimento.

Objetivos Específicos:

- Aplicar o conceito de Infotretenimento na elaboração de um protótipo de telejornal interativo para TV Digital;
- Propor um roteiro e protótipo de telejornal interativo de Infotretenimento para TV Digital.

Resultados Esperados:

- Produção de um roteiro e de um telejornal interativo para TV Digital baseado no conceito de Infotretenimento;
- A utilização da interatividade de modo a fazer com que o telespectador não seja apenas ouvinte, mas seja agente colaborativo no tipo de matérias a serem veiculadas;
- Disponibilizar conteúdos complementares das matérias noticiadas pelo telejornal;
- Elaborar um telejornal de Infotretenimento permeado de notícias *lights*, ou seja, as matérias serão escritas com uma linguagem mais leve, de maneira a ocupar o tempo livre das pessoas, estimular e satisfazer as aspirações e curiosidades dos telespectadores, além de facilitar as relações sociais ao oferecer temas de conversação no dia-a-dia e, principalmente, cumprir o papel social do telejornalismo, o de informar.

2.3 MATERIAL E MÉTODOS

Primeiramente foi necessário utilizar a metodologia de pesquisa exploratória em busca de referências bibliográficas dos conceitos de TV Digital, Telejornalismo, Infotretenimento e Interatividade. Para isso, foram utilizados organizadores prévios, especificamente do “V de Gowin” para guiar essa parte da pesquisa. Devido à escassez de programadores Ginga, a interatividade do protótipo de telejornal foi elaborada na linguagem HTML⁶. Por fim, foi desenvolvido um roteiro e um protótipo de um telejornal interativo para TV Digital levando em consideração o conceito de Infotretenimento.

2.4 JUSTIFICATIVA

Atualmente, o acesso e uso das TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) transformam as formas de contato social e a subjetividade das pessoas e passam a afetar as formas de transmissão de informação. Assim, destaca-se aqui o poder do audiovisual dentre as possibilidades do Infotretenimento que surgem com o avanço da tecnologia digital que promovem um ambiente emocional favorável a disseminação de informações jornalísticas. As imagens invadem o cotidiano da sociedade e nutrem as discussões a ponto de possibilitar

⁶ HTML é a sigla de *HyperText Markup Language*, expressão inglesa que significa "Linguagem de Marcação de Hipertexto". Consiste em uma linguagem de marcação utilizada para produção de páginas na web. Os elementos são definidos através de tags (etiquetas ou marcações), que funcionam como comandos de formatação de textos, formulários, links (ligações), imagens, tabelas, entre outros. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/html/>>. Acesso em: 10 jan. 2013.

uma imersão audiovisual que guia os formatos pelos quais as pessoas se relacionam e adquirem conhecimento por meio, principalmente, do entretenimento. É neste cenário que é implantada a TV Digital que além de propiciar a melhoria da qualidade de som e imagem, tem entre outros objetivos conectar pessoas e os grupos por elas formados, facilitar e ampliar os processos de comunicação e interação em atividades laborais, de aquisição de conhecimento, de entretenimento e lazer.

Desse modo, na chamada “Era da Informação”, as mensagens e conteúdos comunicacionais, inclusive as de entretenimento, apresentam uma ubiquidade⁷ nunca antes percebida pelas pessoas. Toda essa realidade cria a possibilidade da “comunicação ubíqua” definida como “comunicação a qualquer hora em qualquer lugar” e mixam as atividades de aquisição de conhecimento e entretenimento diante da ideia de “Infotretenimento”. As pessoas estão inseridas na chamada “Economia de Atenção”, na qual têm muitas formas de se informarem rapidamente e, por causa disso, escolhem somente aquilo que realmente as interessa. Assim, constata-se que, mesmo com toda sua popularidade e os recursos tecnológicos disponíveis, a TV precisa transmitir programas telejornalísticos de modo a conquistar o público.

Nesse sentido tornam-se necessárias pesquisas acerca da interatividade para produções telejornalísticas em Televisão Digital, levando em consideração a aplicação do conceito de Infotretenimento na elaboração dos conteúdos dos telejornais atuais. Devido à escassez de referências e poucos estudos sobre Interatividade, Infotretenimento e produção de roteiros e produtos para TV Digital, este trabalho agrupa informações básicas a respeito dos conceitos TV Digital, Telejornalismo, Interatividade e Infotretenimento, com o objetivo de propor um modelo de roteiro e um protótipo para telejornal de TV Digital, incitando novos estudos e pesquisas.

2.5 RESULTADOS OBTIDOS

- A interatividade ainda está restrita a opções oferecidas pelo produtor de televisão e não há aplicações que utilizem todas as potencialidades possibilitadas pela TV Digital.
- Com este trabalho, verificou-se que algumas características do telejornalismo atual poderiam ser implementadas. Um exemplo é a questão da falta de contextualização das notícias, pois, com a preocupação em dar o furo da reportagem e pela exigência e necessidade de tempos

⁷ Ubiquidade: sf. Que está ao mesmo tempo em toda parte, onipresente. (FERREIRA, 1993, PÁG. 553)

bem definidos de duração de cada matéria, a maioria dos telejornais não se aprofunda nos temas tratados, o que ocasiona informações não muito completas.

- Verificou-se que o jornalismo audiovisual pode se utilizar de estratégias digitais para elaborar conteúdos diferenciados que informem e, ao mesmo tempo, entretendam os telespectadores.
- O conceito do Infotretenimento pode ser visto como uma alternativa na produção de conteúdos para TV, uma vez que as pessoas têm procurado maneiras novas e diferentes de se informarem.
- Será imprescindível a capacitação de profissionais para atuarem na produção de conteúdos para a TV Digital e a aquisição de equipamentos que proporcionem de forma efetiva a interatividade tão aclamada do meio audiovisual digital;
- No entanto, com todas essas ideias advindas desta investigação, é necessário verificar que essas inovações na linguagem do telejornalismo só serão possíveis e acessíveis se o SBTVD⁸ fizer uma inclusão social, como foi proposto quando esse modelo foi implantado no Brasil pelo governo Lula.

Infra-estrutura

Para a execução do protótipo foi adquirido microfone e utilizadas câmeras filmadoras profissionais emprestadas pelos cinegrafistas, Leandro Campos e Rogério Mattos. Os dois profissionais trabalham com a mestranda na emissora local “TV Barretos (TVB)”. As gravações foram realizadas em externas na cidade de Barretos e nos estúdios da TVB.

⁸ Sistema Brasileiro de TV Digital.

3. PRINCÍPIOS NORTEADORES

Para a elaboração do roteiro e, posteriormente, construção do protótipo telejornalístico “Realidade Interativa” foi necessária a realização de uma pesquisa exploratória sobre os conceitos: TV Digital, Telejornalismo, Interatividade e Infotretenimento.

3.1 TV Digital

A TV Digital está permeada de características positivas que autores como Negroponte (1995) não deixam de apontar as qualidades de novo formato.

A correção de erros e a compreensão de dados são os dois argumentos óbvios em favor da televisão digital. É possível colocar quatro sinais digitais de TV com qualidade de estúdio na mesma largura de banda que antes abrigava uma única transmissão, ruidosa e analógica. A imagem será melhor e, utilizando-se um mesmo canal, quadruplica-se potencialmente a audiência e a receita com publicidade (NEGROPONTE, 1995, p. 23).

Atualmente, existem três padrões principais de televisão digital: o ATSC (*Advanced Television Systems Commitee*), dos Estados Unidos; o VVB-T (*Terrestrial Digital Video Broadcasting System*), da Europa, e o ISDB-T (*Terrestrial Integrated Services Digital Broadcasting*), do Japão. Esse último país foi um dos pioneiros a pesquisar e a propor sistemas de televisão digital.

O Japão é um dos países pioneiros nas pesquisas do sistema digital, especificamente o HDTV, que é o sistema de alta definição. Os japoneses foram os primeiros a perceberem a necessidade da evolução da televisão, que tinha dado seu último passo com a chegada da cor, na década de 1950.

Os primeiros estudos são da década de 1970, no Laboratório de Pesquisa Científicas e Tecnológicas da NHK – Nippon Hoso Kyokai, a rede de TV pública do Japão, fundada em 1925. Os cientistas receberam o apoio de emissoras do país e partiram em busca do aprimoramento do sistema analógico, de uma tecnologia revolucionária que proporcionasse ao telespectador as sensações mais próximas do cinema, em termos de som e de imagem, quando estivesse assistindo, em sua casa, aos programas de TV (PATERNOSTRO, 2006, p. 59).

Entre 1999 e 2000, esses três modelos foram testados no Brasil, por meio de transmissões feitas pela TV Cultura de São Paulo para pontos distantes de até 40 quilômetros. O resultado desses testes indicou o modelo japonês como sendo o sistema mais adequado para ser adotado no país.

Em 29 de junho de 2006, foi assinado o decreto de implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) baseado no padrão nipônico. Na cerimônia de

assinatura, foi anunciado que, além de optar pela transmissão com o uso do padrão japonês de modulação, foram adotados componentes criados no Brasil, como o *middleware*⁹ Ginga¹⁰; terminais de acesso de baixo custo e o método de compressão de dados H.264¹¹, diferente do utilizado no Japão. Um sistema que o governo brasileiro chamou de nipo-brasileiro, o SBTVD – T (Sistema Brasileiro de Televisão Digital por Transmissão Terrestre).

Para assegurar e amparar essa implantação foi criada uma série de artigos¹², cujos principais serão transcritos a seguir:

Art. 4 O acesso ao SBTVD –T será assegurado, ao público em geral, de forma livre e gratuita, a fim de garantir o adequado cumprimento das condições de exploração do objeto das outorgas.

Art. 6 O SBTVD – T possibilitará:

I – transmissão digital em alta definição (HDTV) e em definição padrão (SDTV);

II – transmissão digital simultânea para recepção fixa, móvel e portátil; e

III – interatividade (BRASIL, 2006).

Art. 10 O período de transição do sistema de transmissão analógica para o SBTVD – T será de dez anos, contatos a partir da publicação deste Decreto.

§ 1 A transmissão digital de sons e imagens incluirá, durante o período de transição, a veiculação simultânea da programação em tecnologia analógica.

§ 2 Os canais utilizados para transmissão analógica serão devolvidos à União após o prazo de transição previsto no *caput* (BRASIL, 2006).

Art. 13 A União poderá explorar o serviço de radiodifusão de sons e imagens em tecnologia digital, observadas as normas de operação compartilhada a serem fixadas pelo Ministério das Comunicações, dentre outros, para transmissão de:

I – Canal do Poder Executivo: para transmissão de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos do Poder Executivo;

II – Canal de Educação: para transmissão destinada ao desenvolvimento e aprimoramento, entre outros, do ensino à distância de alunos e capacitações de professores;

III – Canal de Cultura: para transmissão destinada a produções culturais e programas regionais; e

IV – Canal de Cidadania: para transmissão de programações de comunidades locais, bem como para divulgação de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos dos poderes públicos federal, estadual e municipal.

⁹*Middleware* – programa de computador que permite o funcionamento de aplicativos da TVDI (votações, compras pela TV, etc (CROCOMO, 2007, p.64).

¹⁰Ginga (www.ginga.org.br) é o nome do *middleware* aberto do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD). É subdividido em dois subsistemas principais interligados, que permitem o desenvolvimento de aplicações seguindo dois paradigmas de programação diferentes. Esses dois subsistemas são chamados de Ginga-J (para aplicações procedurais Java) e Ginga-NCL (para aplicações declarativas NCL). O Ginga é fruto do desenvolvimento de projetos de pesquisa coordenados pelos laboratórios da Telemídia da PUC-Rio e LAViD da UFPB (TEIXEIRA, 2009, p.69-70).

¹¹O H.264 é um padrão para compressão de vídeo, também conhecido como MPEG-4 Part 10 ou AVC (Advanced Video Coding) e adotado pelo SBTVD. O padrão foi desenvolvido pelo órgão mundial de telecomunicações chamado ITU-T Video Coding Experts Group (VCEG) em conjunto com a ISO/IEC MPEG, que formaram uma parceria conhecida por Joint Video Team (JVT). A versão final deste padrão foi formalmente denominada de ISO/IEC 14496-10. Disponível em: <<http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=36>>. Acesso em: 30 out. 2010.

¹²Os artigos foram retirados do Decreto 5820 de 29 de junho de 2006, assinado pelo presidente Lula. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm. Acesso em: 30 out. 2010.

§ 1 O Ministério das Comunicações estimulará a celebração de convênios necessários à viabilização das programações do Canal de Cidadania previsto no inciso IV.

§ 2 O Canal de Cidadania poderá oferecer aplicações de serviços públicos de governo eletrônico no âmbito federal, estadual e municipal (BRASIL, 2006).

A partir desses artigos, é possível verificar que o governo brasileiro se preocupou em tentar assegurar essa nova tecnologia ao público em geral, de maneira livre e gratuita. Além disso, haveria um prazo para que as pessoas pudessem se adaptar a essa nova TV. Ficou delimitado também que o governo ficaria com quatro canais de transmissão, com o objetivo de garantir o acesso desta mídia aos cidadãos.

Às 20h30 de 02 de dezembro de 2007, começou a funcionar oficialmente o sinal da TV Digital no Brasil.

Para ter acesso a essa nova tecnologia, é preciso adquirir um novo aparelho de televisão com conversor integrado ou provisoriamente utilizar uma caixa conversora que vai receber o sinal digital e fazer a conversão para Pal-M¹³, o sistema brasileiro atual. Esse dispositivo é conhecido internacionalmente por *set-top box*, terminal de acesso ou Unidade Receptora Decodificadora (URD). De acordo com Crocomo (2007, p.66), o aparelho é um computador que permite a interatividade, onde é possível, por exemplo, acessar informações adicionais, realizar compras pela TV, participação em programas, prestação de serviços e atividades de *T-learning*¹⁴, *T-commerce*¹⁵ e governo eletrônico.

Por fim, como concluem Porto, Fernandes e Cirne (in SQUIRRA; FECHINE, 2009, p.100), “a TVD brasileira não provocará impacto só pela qualidade de imagem e de som, mas sim por forçar uma transição para um domínio não linear e dotado por uma interface não segmentada”.

Inserida em todo esse contexto permeado de desafios, é importante se preocupar principalmente com uma questão que muitas vezes é deixada de lado: a produção de

¹³ PAL-M é o sistema analógico de televisão em cores utilizado pelo Brasil. A sigla P.A.L. é a abreviatura de “Phase Alternate Line”. O PAL-M foi a solução encontrada na época da adoção do sistema de cor para que, desta forma, as transmissões em cores pudessem ser recebidas pelos aparelhos em preto-e-branco sem a necessidade de adaptadores, e vice-versa. Atualmente a maioria dos monitores e televisores faz a detecção automática do tipo de sistema de vídeo (PAL ou NTSC). Disponível em: <<http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=36>>. Acesso em: 30 out. 2010.

¹⁴ T-learning é a convergência de duas tecnologias: Televisão e Ciências da Computação (mais especificamente a Internet). Disponível em: http://www.athena.biblioteca.unesp.br/exlibris/bd/bba/33004056079P0/2010/americo_m_dr_bauru_prot.pdf Acesso em: 07 nov. 2011.

¹⁵ O comércio televisivo, ou T-commerce, envolve o uso da televisão para a apresentação de anúncios publicitários aos telespectadores, contando com recursos modernos propiciados pelo advento da televisão digital. Disponível em: <http://ecommercenews.com.br/glossario/o-que-e-t-commerce> Acesso em: 07 nov. 2011.

conteúdos para esse novo formato que deve objetivar não somente atrair o público, mas também exercer sua função social.

3.2 Interatividade

A palavra interatividade, do inglês *interactivity*, teria surgido em 1960, no contexto da informática, com a função de nomear e qualificar a nova relação mais branda entre usuário e computador. Para Lévy (*apud* TEIXEIRA, 2009, p. 23-24) o termo teria surgido nos anos 70 do século XX, “quando os computadores se desprendem do caráter de uma máquina binária, rígida, restritiva, centralizadora e passa a incorporar a tecnologia do hipertexto, criando interfaces amigáveis”. Segundo o dicionário Houaiss (2009, p.1095), a palavra interatividade pode ser definida como: “1- qualidade de interativo. 2- capacidade de um sistema de comunicação ou equipamento de possibilitar interação. 2.1 *inf.* ato ou faculdade de diálogo intercambiável entre o usuário de um sistema e a máquina, mediante um terminal equipado de tela de visualização. *Etim.* inter + atividade”.

Ainda na década de 70, mais precisamente em 1973, surgiu a primeira interface de interatividade entre telespectador e televisão: o controle remoto. Como explica Cannito (2010, p.145), “por facilitar a troca de canal, transformou a programação e a linguagem da televisão, que passou a procurar cada vez mais criar atrações capazes de ‘prender’ o público o tempo todo. Surgiu o hábito de mudar de canal (o chamado *zapping*), e ver televisão se tornou cada vez mais um fluxo”.

No entanto, é difícil precisar em que época e como especificamente esse termo foi adotado. Sabe-se que é um conceito recente, muito discutido e é utilizado, principalmente, para descrever a interação pessoas e o computador e, atualmente, com a TV Digital.

Sabe-se que interatividade é um termo presente nas discussões sobre mídias digitais. Suas definições, tecnicistas em geral, tentam explicar diferentes modos de o “usuário” sentir-se no controle, podendo ele estar imerso em um ambiente, relacionando-se com pessoas e sistemas, ou simplesmente respondendo a estímulos básicos. Por tornar possível a participação do espectador no processo de comunicação, convencionou-se entender como mídia interativa toda aquela que se desprende do modelo “um para todos”, permitindo certa participação do “receptor”, mesmo que a ação interativa seja percebida apenas de seu ponto de vista (TEIXEIRA, 2009, p.19).

Apesar disso, a interatividade existe antes mesmo do surgimento da TV Digital. Esse termo trata também de interação mediada por um dispositivo eletrônico, e é possível que a televisão analógica seja interativa em alguns aspectos, assim como pode não haver

interatividade ou mesmo interação na TV Digital.

A interatividade na TV analógica existe em programas como “Você Decide”, que foi exibido pelo TV Globo entre os anos 1992 e 2000, é um exemplo disso. Nele, o telespectador podia escolher através do telefone qual final achava melhor entre os dois apresentados para encerrar determinada situação. Os telespectadores votam em qual participante deve sair do “Big Brother”, qual modelo deve permanecer no quadro “Garota Fantástica” do Fantástico, entre outros exemplos. No entanto, o público fica restrito a escolher e não a determinar o rumo da história. Crocomo (2007) classifica essa escolha com “reatividade”.

Uma das classificações, em que a pessoa escolhe entre opções oferecidas, é chamada de “reatividade”, ou seja, a emissora oferece as alternativas e o usuário tem apenas uma “reação” ao escolher umas das possibilidades. É importante explicar que essa “reatividade” “ou nível baixo de interatividade” pode ocorrer na votação para a escolha de um final de programa, por exemplo, via telefone – por transmissão analógica – ou mesmo por transmissão digital, via controle remoto – quando é possível visualizar as possibilidades e clicar em uma delas. Outra possibilidade é a votação por e-mail. A maior interatividade, então, está ligada também ao grau de participação e não só pela disponibilização de novas tecnologias (CROCOMO, 2007, p.80).

Ainda de acordo com Crocomo (2007), a interatividade pode assumir três níveis. A interatividade nível 1 ou “interatividade local” se caracteriza pelo armazenamento de dados no terminal de acesso. Assim, ao acessar as informações disponíveis em hipertexto na tela, o usuário estará acessando dentro dos dados armazenados no terminal. Um exemplo é quando o receptor escolhe um ângulo de câmera do mesmo jogo de futebol. As informações vêm num fluxo único da emissora para o terminal de acesso. O usuário apenas escolhe o ângulo. Esse nível também é chamado de “interatividade local”, isto é, acessa informações disponíveis na unidade receptora. Desta forma a “ação é semelhante ao uso do controle remoto para mudar de canal, que vai do usuário ao aparelho”, (CROCOMO, 2007, p. 82). O segundo nível, chamado intermitente, é marcado pela utilização de um canal de retorno, geralmente via rede telefônica. O receptor pode retornar a mensagem, mas não necessariamente em tempo real. O usuário pode enviar as informações através de um *modem*¹⁶ e, a partir dele, é possível fazer a escolha e enviar a informação, visualizando as opções na tela e, por meio do controle-remoto, clicar no campo escolhido. A informação sai do terminal de acesso e segue até o destino, seja

¹⁶Modem é um equipamento que tem como função modular os sinais que são transmitidos e demodular os sinais que são recebidos. Disponível em: <<http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=36>>. Acesso em: 30 out. 2010.

para um servidor da emissora ou para um provedor específico onde o dado vai ser adicionado ao resultado geral. Já no nível 3, conhecido como : “interatividade plena”, o canal de retorno fica sempre funcionando, e é possível enviar e receber em tempo real. Nesse tipo de interatividade, é possível participar de um jogo em que a interação é imediata, além de uma série de outras aplicações. Assim, pode-se enviar e receber em tempo real, como acontece nos *chats*¹⁷.

3.2.1 A TV Interativa

Os estudiosos em televisão buscam formas de atrair, ainda mais, os telespectadores. Para isso, pesquisam maneiras de possibilitar uma programação interativa, mais próxima da interatividade proporcionada pela internet e pelos jogos dos videogames. Assim, o estudo de Gawlinski (2003) retrata as possibilidades de se conseguir uma interatividade real bidirecional na televisão. A televisão que consegue de alguma forma proporcionar interação entre emissor e receptor é chamada de TV interativa.

A televisão interativa pode ser definida como algo que leve a um diálogo entre o telespectador ou o público e as pessoas de um canal que fazem programas ou serviços de televisão. Mais especificamente, pode ser definida como um diálogo que leva os telespectadores a passarem da experiência passiva de assistir levando-os a fazer escolhas e a realizar ações – mesmo que esta ação seja tão simples como preencher um cartão postal e enviá-lo ou desenhar uma figura na tela da televisão (GAWLINSKI, 2003, p. 5 apud CROCOMO, 2007, p. 71).

No entanto, acredita-se que a interatividades só será mais completa com o advento da programação digital na televisão (grande transmissão de dados) que poderá possibilitar a interatividade nos diferentes níveis citados, além de trazer “potenciais benefícios e facilidades atualmente somente disponíveis na internet” (WHITAKER, 2001; BECKER et al., 2005 apud BECKER, 2007, p.65).

Como acredita Siqueira (2008, p.38), “a TV Digital vai trazer a possibilidade de interação com o cidadão ao permitir a criação de uma plataforma multimídia doméstica. Com isso, o televisor digital passará a ser um verdadeiro terminal que permitirá ao telespectador interagir com o mundo, comprar e ter acesso cada dia mais amplo à informação”. Partindo dessa análise, percebe-se que a tecnologia vem a favor da interatividade, pois possibilita o

¹⁷Chats servem para que duas ou mais pessoas possam conversar entre si através da Internet em tempo real. A conversa pode conter desde apenas textos, até imagens, sinais, etc. Não é necessária a instalação de softwares (programas) nos computadores pois toda a comunicação se dá pela própria tela do website. Disponível em: <http://www.servicosocial.ufsc.br/espaco_interativo.php>. Acesso em: 15 de novembro de 2010.

aprimoramento dos processos interativos, fazendo com que os telespectadores não sejam apenas reativos, mas também possam interagir ativamente. Os receptores da mensagem não só votarão no que querem assistir, mas poderão interferir na programação de modo a definir a instantaneidade do que querem assistir no momento adequado.

El sistema de los medios de comunicación masivos sufre cambios muy importantes en la medida en que se erosiona el modelo de lo masivo y las audiencias se segmentan. Se trata de procesos que personalizan e individualizan a los sujetos, a los destinatarios, mediante los recursos de la tecnología empleados por las empresas y las instituciones de acuerdo con fines particulares. La diversificación de la televisión y la multiplicación de canales con la televisión por cable, los sistemas de video, además de la posibilidad de programar el consumo gracias a los procesos de digitalización y la emisión directa por satélite, sumados a los aparatos auditivos portátiles, que permiten grabar e tener en forma personal la música que cada uno quiere escuchar, son una expresión de cambios fundamentales en los hábitos de las audiencias. Se pasa de una relación pasiva de consumo a una participación mucho más activa y selectiva, a través de la cual el público define sus preferencias y puede programar el acceso según sus propias necesidades (QUIROZ, 2008, p.27).

É na tecnologia da TV Digital que a interatividade poderá alcançar sua amplitude, fazendo com que o espectador interfira diretamente na programação, tendo a impressão de que ele está no comando de um jogo, por exemplo. Apesar disso, existe um entrave nesse quesito.

Ainda que o usuário fizesse sua escolha pelo controle remoto de uma interface da TV digital, sua participação não poderia ser considerada alta. É preciso atentar ao fato de que o grau de interatividade não está diretamente relacionado à disponibilidade de nova tecnologia, e sim a opção estética e ao formato do programa (CANNITO, 2010, p.147).

Nota-se que a interatividade ainda está restrita ao controle remoto e aos programas de *pay-per-view*¹⁸, mas como aponta Primo (2003, p. 27): “ainda que por dificuldades tecnológicas e econômicas a interação no contexto televisivo resume-se basicamente ao controle remoto e programa *pay-per-view*, ensaia-se no Brasil um estágio intermediário, entre a televisão unidirecional e a sonhada televisão interativa”.

¹⁸Na modalidade *pay-per-view*, o assinante do serviço de televisão a cabo, mediante débito de um certo valor adicional, pode assistir à exibição de um programa que permanecerá codificado para os outros assinantes que não solicitarem o desbloqueio do sinal e o débito do valor cobrado (PRIMO, 2003, p. 27). Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/6959/000449573.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 07 nov. 2010.

O controle remoto passou a ser mais utilizado no Brasil em meados da década de 1980, com o aumento de canais UHF¹⁹ e pelas operadoras de TV a cabo. Até essa época existiam poucos canais abertos de televisão e a forte influência de apenas uma emissora, a Rede Globo, o que inibiu a disseminação dessa tecnologia naquele momento.

Apesar a interatividade não ter atingido sua amplitude no Brasil, há alguns esforços para que isso aconteça.

Há investimentos pesados na exploração da TV interativa, que de modo abrangente é a utilização do vídeo sob encomenda e gravadores digitais de vídeo até o comércio pela televisão. Os telespectadores podem utilizar seus televisores para apostar em corridas, mudar ângulos das câmeras em eventos esportivos, interagir em game show e obter mais informações sobre o que estão assistindo (BARBEIRO e LIMA, 2002, p.48).

Mesmo que inicial e dependente do controle remoto, este trabalho apresenta um forma de interatividade no telejornalismo. As interações serão explicadas posteriormente.

Em suma:

A interatividade é destacada como uma nova ferramenta que pode redirecionar o foco da produção televisiva, hoje massiva e sem *feedback* dos telespectadores (exceção feita para algumas pesquisas de audiência). Para o telespectador, essa interatividade promete conteúdos mais próximos da realidade, com produções voltadas para a audiência e não para o mercado. A produção de TV, acostumada a um processo rápido, cronometrado, precisa incorporar a variável *software*, cujo processo de produção difere drasticamente da velocidade imposta pela TV (BECKER, 2007, p.79).

3.3 Telejornalismo

Desde seu surgimento a TV preocupa-se em informar e uma das formas da TV atrair seu público e cumprir o papel social de disseminar informação é a transmissão de telejornais. O telejornalismo pauta-se pelo imediatismo, pois as notícias podem e na maioria das vezes são veiculadas no momento em que os acontecimentos se sucedem. Além disso, o público do mundo inteiro pode ter acesso ao que está sendo propagado pela TV em tempo real, graças às transmissões via satélites.

¹⁹UHF: Significa “Ultra High Frequency”, ou em português “Frequência Ultra Alta”. Designa a faixa de frequências que vai de 300 MHz até 3 GHz.

Disponível em: <<http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=36>>. Acesso em: 30 out. 2010.

O espaço é outro obstáculo superável pelo rádio e pela TV. Graças às transmissões via satélite, milhões de pessoas, nos mais distantes recantos, podem acompanhar o desenrolar de um evento. A comunicação eletrônica propicia, assim, o rompimento das fronteiras lingüísticas e culturais, tornando viável o sonho da “aldeia global”. A transmissão ao vivo do ritual de enterro da Lady Diana foi, por exemplo, uma demonstração emocionante da conjunção planetária operada pela televisão, como já tivera sido o conto de fadas televisivo encenado no próprio casamento da princesa com o príncipe Charles, na década de 1980 (REZENDE, 2000, p.70-71).

Em contrapartida, com o objetivo de veicular um “furo de reportagem²⁰”, o jornalismo feito na televisão não consegue aprofundar-se na divulgação e na análise dos acontecimentos, como é feito nos meios impressos. Segundo Rezende (2000, p.71), “a TV tem um trunfo – a imagem – que a qualifica com meio de comunicação mais fascinante. Por sua íntima afinidade com a emoção, a TV possui um potencial de mobilização efetiva inigualável”. Ainda caracterizando alguns aspectos gerais do telejornalismo, é possível perceber que a TV

[...] cumpre ao extremo das possibilidades a função referencial própria da narrativa jornalística, ao transportar para a casa do telespectador as imagens do acontecimento acompanhadas de comentários verbais que as esclarecem. Com a transmissão direta de imagens e sons, a TV realiza a sua obra jornalística máxima. Permite ao telespectador testemunhar um fato como se estivesse presente no local. (REZENDE, 2000, p.73).

Depois de tratar desses aspectos relevantes que caracterizam o fazer jornalismo na TV, é importante traçar um breve histórico do telejornalismo brasileiro e, em seguida, abordar os principais formatos dos telejornais no Brasil para assim levantar as possibilidades de elaboração diferenciada de conteúdos telejornalísticos transmitidos por esses programas. Dessa forma, será possível pensar em estratégias mais plausíveis e que atendam as necessidades e as expectativas do público televisivo.

Com uma fórmula denominada “Padrão Globo de Qualidade”²¹, a TV Globo chegou a liderança e elaborou algumas regras para a transmissão de seus telejornais como a eliminação do improvisado, duração rígida no noticiário, cenário adequado, unindo de forma incomparável o texto e a imagem da notícia.

²⁰Furo de reportagem é a notícia transmitida em primeira mão, antes de outras emissoras (PATERNOSTRO, 2006, p.205).

²¹“Um conceito que estabelecia para a emissora, objetivos que iam além da expansão física. Era necessário investir no aperfeiçoamento da técnica e, principalmente, na qualidade do conteúdo. Nesta época a Globo passou a adotar o sistema de programação nacional, com todas as emissoras afiliadas seguindo a mesma faixa de horários e programas estabelecidos pela geradora” (TOURINHO, 2009, p.65-66).

O tempo passava e o enorme índice de popularidade do *Jornal Nacional* mantinha-se inalterado graças à estratégia de inseri-lo entre as novelas das sete e das oito, os programas de maior audiência da televisão brasileira. [...] Esse resultado animava a Globo a investir em jornalismo, visto pela perspectiva mercadológica, como uma pródiga fonte de recursos publicitários. Dessa política, surgiu a decisão para o lançamento de outros telejornais: o *Hoje*, na hora do almoço, e outro noticiário no fim da noite, que recebeu vários títulos (*Amanhã*, *Painel*, *Jornal da Globo*, segunda edição do *Jornal Nacional*) etc. Anos depois surgiu um telejornal em um horário pouco convencional, no início da manhã, o *Bom dia de São Paulo*, que seria semente para outros programas congêneres nas emissoras filiadas à rede nos demais estados do país, com uma abordagem regional, e para o hoje consagrado *Bom dia Brasil*. Também na década de 1970, a Globo criou o *Globo Repórter*, para, pela linguagem de documentário, tratar de certos temas com profundidade, o que não era possível nos telejornais, especialmente no *Jornal Nacional*. Outra vertente aberta foi a do jornalismo especializado, mediante a *TV Mulher*, já extinto, e do *Globo Rural*, que ainda mantém um público fiel nas manhãs de domingo (REZENDE, 2000, p.117-118).

As emissoras regionais tentaram praticar seu próprio jornalismo voltado para os acontecimentos do interior, mas não tiveram muito sucesso e as notícias regionais ficaram sob o encargo dos telejornais de cobertura nacional.

Por questões financeiras e mercadológicas, os concessionários de canais de TV se viram forçados a abandonar suas produções locais e transformaram suas emissoras, praticamente sem exceção, em meras estações retransmissoras da programação realizada invariavelmente no Rio de Janeiro e em São Paulo (REZENDE, 2000, p.118).

Já o *Jornal Nacional*, no final da década de 1990, assumiu uma política editorial pautada no factual, mas com reportagens emotivas, de curiosidades do mundo animal e/ou da vida das celebridades, onde os apresentadores têm preocupação de ter uma relação próxima com o telespectador criando uma estratégia interessante para conquistar uma identificação com a audiência. Desta forma o telejornalismo atual atrai o público porque faz um elo de identificação dos telespectadores com as notícias, em que são criados personagens para ilustrar as matérias e identificação com apresentadores.

A TV quebra a impessoalidade do jornal impresso e cria personagens que se tornam familiares ao público, como repórteres, apresentadores, comentaristas, âncoras, testemunhas, entrevistados entre outros. A imagem deles fica familiar e entra no rol das pessoas conhecidas que têm suas declarações reproduzidas no cotidiano. (BARBEIRO e LIMA, 2002 p.18).

Além disso, percebe-se que as notícias são em sua maioria factuais, sem muita contextualização, com pouca interação. No entanto, alguns telejornais brasileiros como o Jornal Hoje se assemelham a uma revista por exibir *notícias lights*²².

Nesse sentido, o conteúdo jornalístico tem sofrido mudanças e ganhado uma nova exterioridade, denominado notícia *light*. Isso porque até pouco tempo havia uma preocupação pequena em satisfazer os interesses do receptor. Hoje, no entanto, o público participa cada vez mais na deliberação do que se veicula na mídia. Diante desse novo receptor, as empresas jornalísticas estão mais atentas em relação ao papel que devem desempenhar na sociedade e têm transformado a dinâmica da criação das notícias (DEJAVITE, 2007, p. 4).

No Brasil, o formato pioneiro do telejornalismo foi o noticiário em que o apresentador lia as notícias para a câmera, sem outras imagens nem ilustrações. Esse formato do apresentador aparecer no vídeo e ler as informações se mantém até hoje. Em alguns telejornais, o apresentador é tido como âncora, pois por meio de sua credibilidade emite sua opinião no programa (esse modelo foi importado do modelo americano). No entanto, o telejornalismo não ficou só dessa forma, mas foi modificado com a criação de “programas de debate e entrevista, mediados pelos jornalistas de rede, e também os documentários e reportagens especiais, que ocupam os departamentos de jornalismo das emissoras” (ARONCHI, 2004, p.152).

Assim, o conteúdo dos telejornais brasileiros é composto pelos seguintes formatos: “nota, reportagem, entrevista, indicadores econômicos, editorial, comentário e crônica. A pitada de humor fica com as charges animadas de cunho político” (ARONCHI, 2004, p.153).

O telejornalismo brasileiro se preocupa em aderir às inovações tecnológicas existentes e uma delas é a interatividade. Esse atributo somado a esse veículo de grande audiência estimula uma postura mais ativa por parte dos telespectadores que poderão escolher o que querem se informar na hora em que sentem vontade. Isso tudo envolto no universo da digitalização, possibilita novas perspectivas de se fazer jornalismo na TV.

²²Essas notícias possuem essencialmente três características que são elencadas a seguir:

- 1) Capacidade de *distração* – ocupa o tempo livre, para não aborrecer;
- 2) *Espetacularização* – estimula e satisfaz aspirações, curiosidades, ajuste de contas, possibilidades de extravasar as frustrações, nutre a imaginação;
- 3) *Alimentação das conversas* – facilita as relações sociais, oferecendo temas de conversação do dia-a-dia, como boatos e notícias sobre celebridades. (TARRUELLA e GIL, op. Cit., p. 196 apud DEJAVITE, 2006, p.70).

Com o padrão brasileiro-japonês de televisão digital, surge a possibilidade de se obter um telejornalismo mais dinâmico e segmentado, com informação *on demand*, dotado de interatividade, veiculando múltiplos vídeos simultâneos. Se hoje é necessário recorrer a outro meio, com os sinais digitais de televisão firmados será possível dialogar com a emissora através de um canal de retorno integrado (CIRNE, FERNANDES e PÔRTO in SQUIRRA; FECHINE, 2009, p.86).

Baseado em todo esse traço histórico do jornalismo televisivo no Brasil, é visível a carência e a necessidade de se propor meios de utilização dos novos recursos presentes na TV Digital que possam renovar a linguagem do telejornalismo e, até mesmo, recorrer a outros gêneros da própria televisão para fazer uma renovação consubstancial de modo a atrair ainda mais público.

3.4 Infotretenimento

Os programas de televisão são separados em categorias que são compostas por vários gêneros. O gênero contém inúmeros formatos de produções televisivas. O formato é conceituado por Weiner (1996) como “a forma geral de um programa de TV”. Desse modo, como observa Souza (2004, p.46), o formato “está sempre associado a um gênero, assim como um gênero está diretamente ligado a uma categoria”. A Figura 1 ilustra bem essa hierarquização.

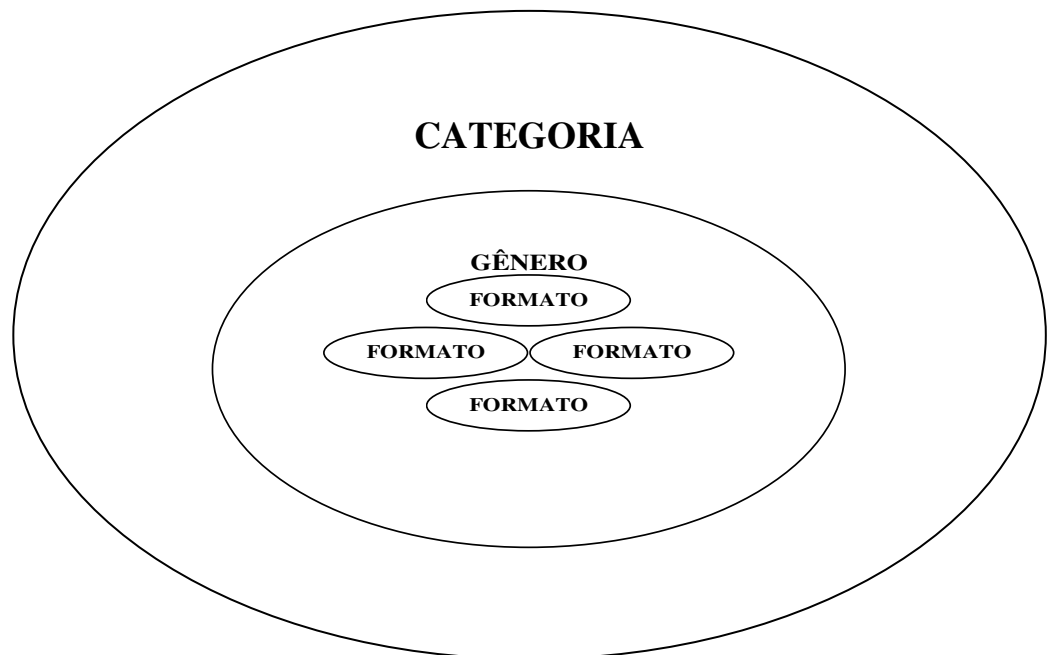


Figura 1: Figura ilustrativa sobre a hierarquização de categoria, de gêneros e de formatos na TV brasileira (SOUZA, 2004, p.47).

As Tabelas 1 e 2 a seguir refletem as categorias, os gêneros e os formatos existentes na televisão brasileira.

CATEGORIA	GÊNERO
Entretenimento	•Auditório •Colunismo social •Culinário •Desenho animado •Docudrama •Esportivo •Filme • <i>Game show</i> (competição) •Humorístico •Infantil •Interativo •Musical •Novela • <i>Quiz show</i> (perguntas e respostas) • <i>Reality show</i> (TV-realidade) •Revista •Série •Série brasileira • <i>Sitcom</i> (comédia de situações) • <i>Talk show</i> •Teledramaturgia (ficção) •Variedades •Western (faroeste)
Informação	•Debate •Documentário •Entrevista •Telejornal
Educação	•Educativo •Instrutivo
Publicidade	•Chamada •Filme Comercial •Político •Sorteio •Telecompra
Outros	•Especial •Eventos •Religioso

Tabela 1: Categorias e Gêneros na Televisão Brasileira (SOUZA, 2004, p.92).

FORMATO	AO VIVO	GRAVADO	ESTÚDIO	EXTERNA
Ao vivo	X	X	X	X
Auditório	X	X	X	X
Câmera oculta (pegadinhas)		X		
Capítulo		X	X	X
Debate	X	X	X	X
Depoimento	X	X	X	X
Documentário		X		
Dublado		X	X	
Entrevista	X	X	X	X
Episódio		X	X	X
Esquete		X	X	X
Game show	X	X	X	X
Instrucional		X	X	X
Interativo	X		X	X
Legendado		X	X	
Mesa-redonda	X	X	X	X
Musical	X	X	X	X
Narração em <i>off</i>	X	X	X	X
Noticiário	X	X	X	
Quadros		X	X	X
Reportagem	X	X		X
Revista	X	X	X	
Seriado		X	X	X
Talk show	X	X	X	X
Tele-aula	X	X	X	
Telejornal	X	X	X	
Teletexto		X	X	
Testemunhal	X	X	X	X
Videoclipe		X	X	X
Vinheta		X	X	
Voice-over	X	X	X	

Tabela 2: Formatos na Televisão Brasileira (SOUZA, 2004, p.169).

Assim, pode-se perceber na programação da TV no Brasil a existência de 5 categorias, 37 gêneros e 31 formatos de programas.

Atualmente, os meios de comunicação encontram-se tão interligados e fundidos, que além de concorrerem na difusão de informações, eles buscam estratégias para ocupar o tempo livre e o lazer das pessoas.

Há mais de vinte anos, os meios de comunicação funcionavam quase independentes entre si, com cada um desempenhando atividades específicas. Atualmente, eles encontram-se interligados e fundidos, trocam dados, imagens, símbolos e possuem papéis cada vez mais importantes, pois, além de grandes difusores de informações, posicionam-se ainda em lugar estratégico na ocupação do tempo livre e do lazer das pessoas (DEJAVITE, 2006, p.14).

Apesar disso, o papel de divertir dos meios de comunicação não é bem visto. No jornalismo, as matérias de entretenimento são consideradas um subproduto ou até mesmo uma maneira de desviar a atenção do receptor de assuntos tidos como importantes. Existe um grande entrave sobre a junção de informação e diversão. Sempre prevaleceu a ideia de que para informar tem que ser de forma séria e que o entretenimento nada agrega ao homem, apenas o distraí. O entretenimento sempre foi tido como algo negativo.

O papel de divertir dos meios de comunicação, ainda hoje, não é admitido como um dos mais relevantes a ser desempenhado. No jornalismo, as matérias de entretenimento são consideradas um subproduto ou, até mesmo, uma maneira de desviar a atenção do receptor de assuntos tidos como de maior importância, que são de política e os de economia. A fronteira entre informação e diversão é um dos debates mais acalorados da área jornalística (DEJAVITE, 2006, p. 14).

No entanto, com o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) este cenário está em movimento. As notícias que proporcionam distração estão atraindo o público em geral e estão conquistando mais espaço nos meios de comunicação.

Em los últimos quince años, se há incrementado significativamente el volumen de libros, ensayos, artículos y notas sobre la sociedad de la información, la sociedad red, los cambios en las formas del saber y los tipos de aprendizaje, las nuevas formas de socialización y la matriz del entretenimiento de la sociedad contemporánea. En este contexto, urge entender qué está ocurriendo con la educación y la vida de los educandos, como corolario de la expansión de la información, el conocimiento y las posibilidades de entretenimiento, tanto a través de la educación formal como en su vida cotidiana (QUIROZ, 2008, p.25).

Essa nova especialidade jornalística convencionou-se chamar de Infotretenimento, (*Infotainment*) ou Infortenimento (*Infortainment*)²³. Esses são termos recentes utilizados para denominar um novo conceito que vem emergindo com a confluência de dois termos bem conhecidos: a informação e o entretenimento. Gutmann (2008) define o termo da seguinte forma:

Termo usado pela literatura especializada para caracterizar a aproximação entre entretenimento e informação. A expressão aparece não em decorrência do fenômeno, que não é de maneira alguma considerado novo, mas justamente devido a uma ampliação contemporânea do debate acadêmico sobre a aproximação entre jornalismo e entretenimento que não contempla um julgamento de valor a priori (GUTMANN, 2008, p.2).

De acordo com Silva, a preocupação em utilizar entretenimento para informar não é nova, mas é uma preocupação presente nas práticas contemporâneas.

Essa relação entre informação e entretenimento não é nova, uma vez que desde o século XIX já existiam jornais que tinham nos *fait-divers*²⁴ seu estilo preferencial. É recente, porém, a preocupação sobre esse embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento, comumente chamado de *infotainment*, uma vez que é nos produtos culturais atuais que esse imbricamento se intensifica (SILVA, p.6).

Já Lara, acredita que esse termo já está inserido na sociedade contemporânea.

O infotretenimento é um traço característico da sociedade contemporânea, mas não necessariamente reflete aspectos negativos a serem extirpados do social, vindo a se constituir numa ameaça à “razão” ou exercício da profissão – ainda que a crise dos “projetos coletivos” e das noções iluministas seja mais do que evidente. Em outras palavras, o infotretenimento deve sempre ser analisado criticamente, mas pode ser agenciado por diferentes atores sociais e organizações, podendo estar a serviço da normatização social ou da construção de uma perspectiva ou de ações críticas que coloque em pauta, por exemplo, reivindicações de diferentes grupos sociais (LARA, p.8).

Poucos estudos brasileiros tratam desse termo e se preocupam em conceituá-lo. No Brasil, a junção de informação e de entretenimento é conceituada pela palavra infotenimento, mais próxima do termo americano *infotainment* e/ou *infortainment*. No entanto, será utilizado nesta pesquisa o termo Infotretenimento, um neologismo criado por meio da aglutinação de duas palavras da língua portuguesa e dessa forma, torna-se um termo mais próximo da linguagem brasileira. O Infotretenimento é caracterizado por narrativas de

²³Termo usado pelo americano Philip S. Cook em seu livro *The future of news*.

²⁴Fait-divers é um termo usado no jargão jornalístico para designar notícias diversas, geralmente com um toque de bizarrice. São aquelas notícias de catástrofes, acidentes, casos de polícia, enfim assuntos do cotidiano que despertam nossa curiosidade mórbida, mas que não necessariamente têm grande importância. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/foha/colunas/regra10/ult3255u344041.shtml>>. Acesso em: 15 nov.2011.

acontecimentos de forma leve, pelo bate-papo e pela ênfase na vida privada. Como bem verifica Dejavite (2006, p. 69), “a notícia deve, na sociedade da informação, aparentar as mesmas características da cultura *light*: ou seja, ser efêmera, circular rapidamente, fornecer dados novos e, ao mesmo tempo, divertir as pessoas”. Um exemplo de programa audiovisual que faz uso do entretenimento para informar é o “Custe o que Custar”²⁵, programa transmitido pela TV Bandeirantes. Popularmente conhecido como CQC, esse programa semanal é conduzido pelo jornalista Marcelo Tas²⁶ e pelos comediantes de *stand-up*²⁷ e de teatro, Rafinha Bastos e Marco Luque. Por meio de um tom humorístico, o CQC relata acontecimentos do campo cultural, econômico, social e, principalmente, político. Como aponta Gutmann (2008, p.2), “entre as principais marcas estão as reportagens performáticas, o jogo de sentidos criado por manipulações videográficas, o modo irônico com que discute os fatos cobertos pela grande imprensa, a sátira feita a personalidades públicas e a paródia das produções e processos televisivos, num jogo permanente de intertextualidade”. O CQC brasileiro conquistou uma grande audiência por propor um tipo de noticiário diferenciado, ou seja, que informe e, ao mesmo tempo distraia os telespectadores.

Os telejornais da TV *all news* também utilizam o Infotretenimento como estratégia para transmissão de notícias.

Na TV *all news*, o jornalismo desponta com fortes doses de entretenimento, o que reforça a tese do infortenimento (*infortainment*), tendo a informação dentro de um perfil de programa de entretenimento, como os *talk shows* ou as revistas. Esses formatos evitam diminuir a programação a um único formato de telejornal e oferecem outras opções para não cansar a audiência (SOUZA, 2005, p.126).

²⁵O programa semanal Custe o Que Custar estreou no dia 17 de março de 2008 pela Rede Bandeirantes e é exibido às segundas-feiras, às 22h15. O formato importado pela Band da Eyeworks-Cuatro Cabezas e coproduzido no Brasil pelas duas empresas existe há mais de dez anos, recebeu 7 indicações ao International Emmy Awards e tem versões no Chile, Argentina, Espanha e Itália. No Brasil, o CQC conseguiu dobrar, em maio de 2008, a audiência da Band nas noites de segunda-feira: seis pontos de média, com pico de oito pontos, ficando em terceiro lugar no Ibope da Grande São Paulo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u405829.shtml>>. Acesso em: 10 nov. 2010.

²⁶“Marcelo Tas também foi o criador e intérprete do personagem-repórter Enersto varella, que usava o humor para abordar temas sérios no telejornalismo” (TOURINHO, 2009, p.93).

²⁷Stand-up comedy é uma expressão em língua inglesa que indica um espetáculo de humor normalmente executado por apenas um comediante, estando geralmente em pé e sem o auxílio de qualquer outro jogo de cena. Também conhecida como humor de cara limpa, a stand-up comedy privilegia o humorista munido apenas do microfone, sem personagem, fantasia ou acessórios. O humorista stand-up não conta piadas conhecidas do público (anedotas), e sim prepara um material, escrito por ele mesmo, com texto original construído a partir de observações do dia-a-dia e do cotidiano.

Disponível em: <http://www.gun.com.br/standupcomedybrasil/?page_id=6>. Acesso em: 15 nov. 2010.

Assim, percebe-se que a sociedade atual que vive na era da digitalização não se preocupa em assistir programas com excelentes imagens, mas procura ocupar seu tempo livre assistindo noticiários diferenciados e interativos.

O receptor (com os seus novos princípios de receber a informação) exige que a notícia na atualidade – independentemente do meio em que estiver inserido – informe, distraia e também lhe traga uma formação sobre o assunto publicado. Esse tipo de conteúdo tem sido denominado notícia light. Se as informações jornalísticas não tiverem essas características, não vão chamar a atenção da audiência. Por isso, mais que um mero produto, tornaram-se um importante serviço (DEJAVITE, 2006, p. 68).

É pensando dessa forma que o uso de novas estratégias no telejornalismo brasileiro seria uma maneira de atrair o público para receberem de uma forma mais dinâmica, mais descontraída e mais interativa as notícias propagadas pelos meios televisivos. Depois de entender a gênese desse neologismo, que já está sendo usado por alguns autores, este estudo irá apresentar uma maneira de atender as mudanças atuais através da criação de um roteiro e protótipo que satisfaça um novo formato de telejornal interativo que esteja localizado na intersecção das categorias Informação e Entretenimento que pode ser verificada na Figura 2.

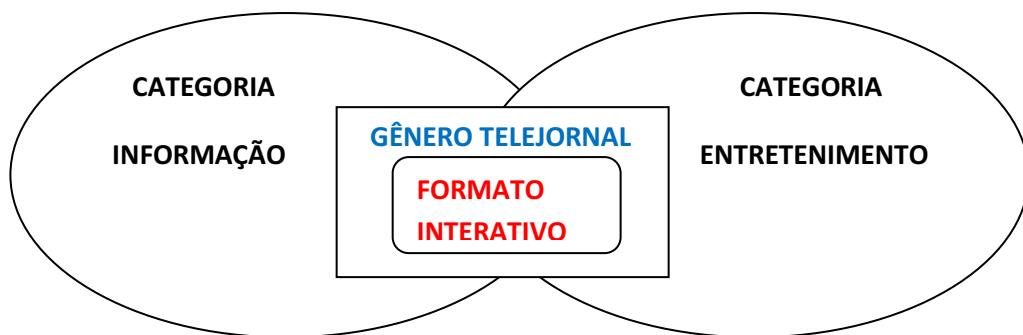


Figura 2: Formato Interativo de Infotretenimento - Intersecção de categorias fazendo surgir um novo formato do gênero de telejornal.

4 Telejornal “Realidade Interativa”

4.1 Metodologia

Organizadores Prévios

Segundo Américo (2010), os Organizadores Prévios (OP) são ferramentas que determinam a ancoragem ou a atração de elementos “subsunçores”²⁸ e propõem o uso de certos instrumentos como “textos, trechos de filmes, esquemas, desenhos, fotos, pequenas frases afirmativas, perguntas, apresentações em computador, mapas conceituais, etc.” (MORAES, 2005 apud AMÉRICO, 2010 p. 43)²⁹ para ancorar o novo conhecimento. Os Organizadores Prévios são ferramentas utilizadas construir uma ponte entre o que já sabe e aquilo que se precisa saber para servir de sustentação a novos conhecimentos. Nesta investigação foi utilizado como OP o “V de Gowin”.

“V de Gowin”

O “V Epistemológico de Gowin” ou simplesmente “V de Gowin” foi elaborado por Gowin (1981) para ser utilizado tanto como um instrumento metodológico, que pode auxiliar no processo de investigação, quanto um instrumento de análise e interpretação de dados de um estudo. O processo de investigação científica para Gowin (1981) é constituído por uma estrutura de significados a partir de elementos básicos, por ele denominados por eventos, fatos e conceitos.

Um evento epistemológico, relacionando eventos, fatos e conceitos com outros elementos de conhecimento, é a heurística básica de trabalho denominada de 'V'. Através dessa heurística pode-se estabelecer regularidades factuais, criar conceitos e estruturas teóricas, além de possibilitar a mobilidade entre diferentes níveis de significados gerados pelo evento. (GOWIN, 1981, p. 34)

Para que essa rede de elementos básicos seja elaborada, é preciso partir de um conjunto de cinco questões (Figura 3):

²⁸ Cf. PEDUZZI (documento eletrônico) “subsunçor é um conceito, uma idéia, uma proposição já existente na estrutura cognitiva do aprendiz que serve de ‘ancoradouro’ a uma nova informação, permitindo ao indivíduo atribuir-lhe significado”. Disponível em: <<http://www.fsc.ufsc.br/pesqpeduzzi/hom-reconstr.htm>>. Acesso em: 03 nov. 2011.

²⁹ A teoria da aprendizagem significativa, de Ronny Machado de Moraes. Disponível em: <<http://www.construirnoticias.com.br/asp/materia.asp?id=1182>>. Acesso 03 nov. 2011.

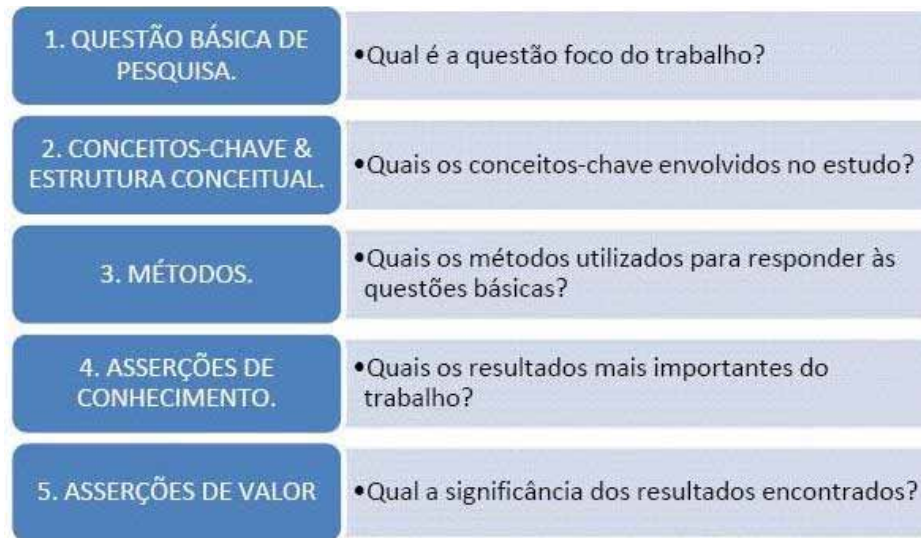


Figura 3: As cinco questões propostas por Gowin (1981) para os diagramas “V” (AMÉRICO, 2010, p. 47).

Essas cinco questões são analisadas por Ferracioli (2005):

A *Questão Básica de Pesquisa* é a questão que organiza e direciona a maneira de pensar o problema, a percepção do que está ocorrendo, orientando as ações a serem tomadas.

Ela diz respeito ao fenômeno de interesse estudado, informando sobre o ponto central do trabalho.

Os *Conceitos-Chave* são os conceitos envolvidos na questão básica e na pesquisa como um todo, relativos à(s) área(s) de conhecimento, abrangida(s) na investigação. Esses conceitos devem estar ligados de modo a formar uma *Estrutura Conceitual*.

Os *Métodos* são os procedimentos adotados para se chegar à resposta da questão básica.

Métodos incluem, entre outras atividades, planejamento de etapas, técnicas utilizadas, amostragem, os dispositivos experimentais para a coleta de dados e o processo de análise.

Através dos métodos chega-se à resposta da questão básica, que são as *Asserções de Conhecimento* as quais se constituem na resposta à questão básica de pesquisa ou ao resultado do estudo.

Uma vez obtidas as asserções de conhecimento, questiona-se a sua significância, utilidade e importância, obtendo-se, assim, as *Asserções de Valor*. (FERRACIOLI, 2005, p. 108-109)

A contínua interação dessas cinco questões possibilita que o processo de investigação de um estudo seja realizado. Para uma melhor compreensão da interação dessas cinco questões, Gowin (1981) elaborou uma representação gráfica denominada por ele de “V Epistemológico”, ou apenas, “V de Gowin”. A Figura 4 abaixo é uma versão do “V” na forma concebida pelo autor.

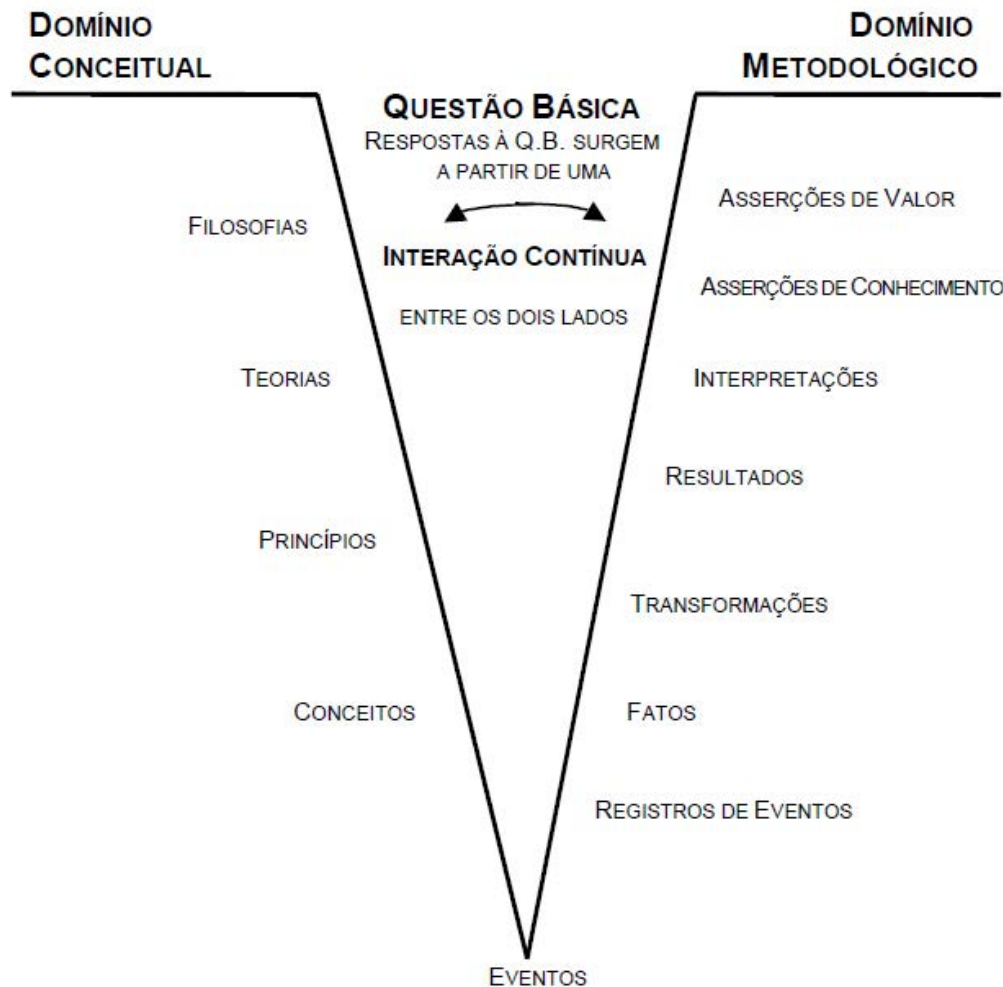


Figura 4: O “V de Gowin” (adaptado de Gowin, 1981, p.107 apud FERRACIOLI, 2005, p. 110)

A parte esquerda do “V” é formada pelo domínio conceitual, onde se encontra o pensar do estudo, do outro lado está o domínio metodológico que é caracterizado pela elaboração da pesquisa. Já a questão básica do trabalho, situa-se no centro, porque suas respostas são obtidas através de uma contínua interação entre as duas partes do “V”. Na base do “V” estão os eventos que acontecem de forma natural ou que são feitos acontecer pelo pesquisador. Ou seja, representam o início da produção do conhecimento.

Como observa Ferracioli (2005, p. 111), “as cinco questões e o ‘V’ se constituem no procedimento heurístico proposto por Gowin, que pode ser utilizado tanto na fase de planejamento da pesquisa, como princípio orientador das etapas a serem seguidas, quanto na fase de conclusão para a interpretação e avaliação de todo o processo de investigação”.

Assim, esta pesquisa faz uso desse procedimento de Gowin para o desenvolvimento inicial do propósito deste trabalho. A questão básica que delimita e norteia o que será estudado é: “Como elaborar um roteiro e protótipo de telejornal interativo para TV

Digital que alie informação e entretenimento?”. Os conceitos-chave utilizados aqui para servir de sustentação teórica e de questionamento proposto pela questão básica são “TV Digital, Interatividade, Telejornalismo e Infotretenimento”. As asserções de conhecimento adquiridas no desenvolvimento desta pesquisa desencadearão as asserções de valor, onde serão obtidos os resultados deste estudo. A Figura 5 ilustra esse processo.

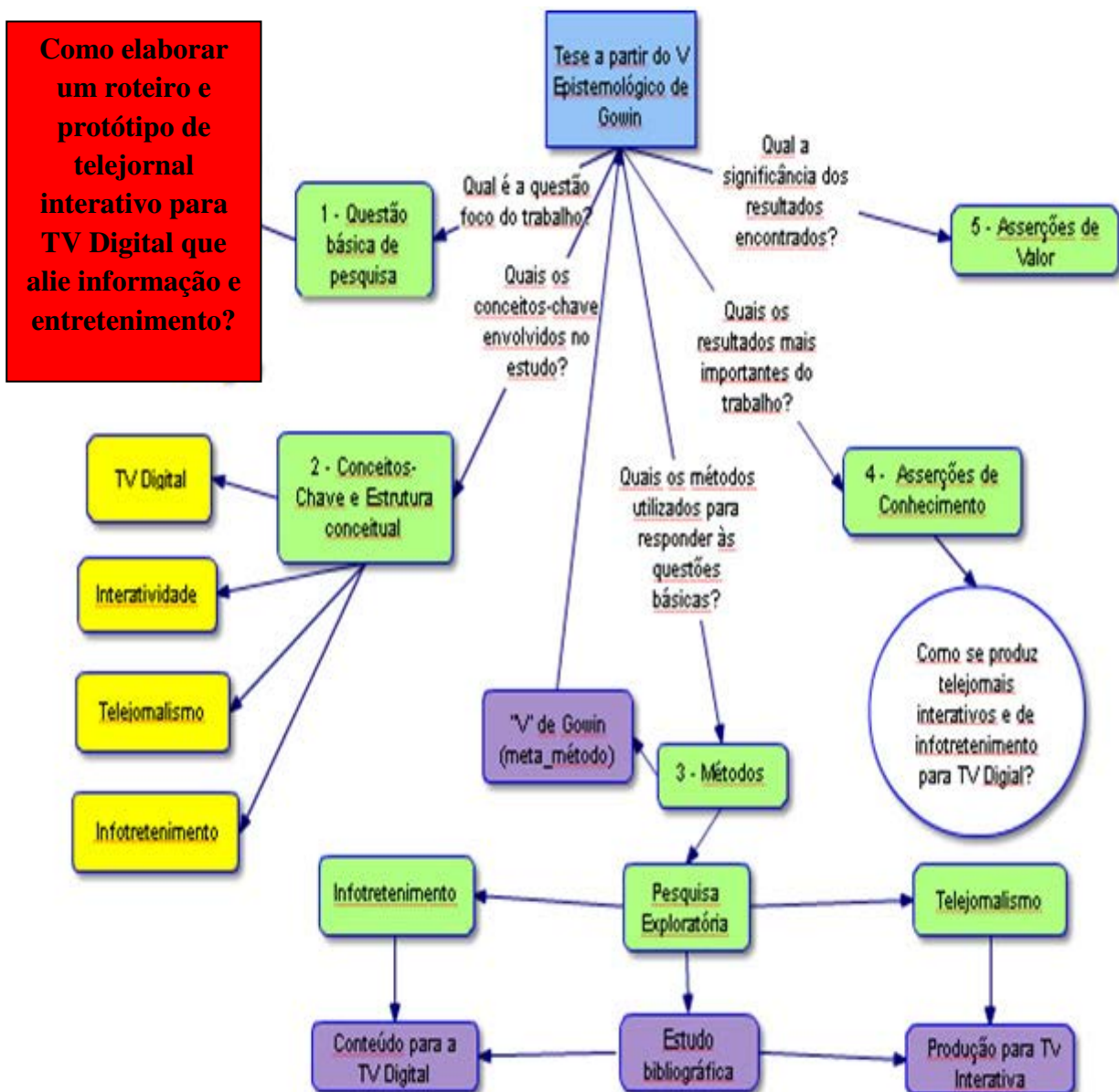


Figura 5: Fluxograma baseado no “V de Gowin”

Com a organização da pesquisa e com o estudo exploratório sobre TV Digital, Interatividade, Telejornalismo e Infotretenimento, foi iniciada a criação de um roteiro de um telejornal interativo que informe e entretenha o telespectador da TV Digital. O trabalho de roteirização utilizou a hipermídia que contribuiu para elaboração da narrativa audiovisual, posicionando os links, os conteúdos e os efeitos, de modo a identificar possibilidades de interação do espectador com as reportagens.

Na elaboração do roteiro também foi levado em consideração o conceito de não-linearidade, que se configura como conteúdo audiovisual que rompem com a estrutura tradicional de roteiro linear (início, desenvolvimento, construção, finalização).

“A não linearidade prevê a desconstrução do roteiro tradicional e dá ênfase a criação de módulos audiovisuais que possuem sentidos sozinhos e/ou relacionados a outros módulos. Isso permite novas e variadas formas de percepção de um programa”.
(ANGELUS, p. ano)

A não-linearidade tem a premissa de desconstruir o roteiro tradicional e dar ênfase a criação de múltiplos caminhos, associando de forma direta os recursos técnicos específicos para a navegabilidade não-linear (fruição, simultaneidade) que favorece ao público criar seus caminhos de leitura reunindo inúmeras informações multimidiáticas como texto, gráfico, áudio, vídeo.

Roteirizar um programa nos pressupostos da hipermídia requer dos desenvolvedores a identificação de níveis hierárquicos de conteúdos (grau de aprofundamento dos seus dados), interface (disposição dos conteúdos, botões), redes de links (estruturação, navegação), possibilitando que outros conteúdos sejam trazidos pelo próprio telespectador para a tela da TV. A proposta de criar um roteiro a partir dos pressupostos da hipermídia foi decorrente de atividades realizadas de forma espontânea, necessitando inserir recursos de conteúdos adicionais e a oferta de caminhos que provocassem no espectador o desejo de interagir através de aplicativos programados para este fim.

Atividades realizadas para a criação do roteiro do telejornal “Realidade Interativa”:

- Definir o programa: Telejornal.
- Definir o conteúdo: Reportagens informativas com algum tipo de entretenimento.
- Definir o argumento: Conteúdos com relevância nacional.
- Definir o tipo de interação: Jornalista faz a apresentação das matérias e telespectador navega nos conteúdos adicionais.

- Definir o tipo de mídias de comunicação para a interação: Textos em telas, fotos, vídeos, animações.
- Definir a tela principal de navegação: Bancada com apresentadora, atrás logo do telejornal.
- Orientação ao espectador sobre o uso do controle remoto.
- A interface (design, metáfora): Foi definida mantendo um padrão mais formal, mas, ao mesmo tempo, leve e interativa.
- Definir o tempo de permanência da informação no vídeo: Matérias de 2’.
- A quantidade de interação desejada e a ordem de apresentação: Ver Tabela 3 abaixo.

CONTEÚDOS	MENUS DE INTERATIVIDADE
MENU PRINCIPAL	-EMPREGOS -PREVISÃO DO TEMPO -DESTAQUES - + NOTÍCIA -SAIR
MATÉRIA 1 “DENGUE”	-O QUE É DENGUE? -TIPOS DE DENGUE -CICLO DA DOENÇA -SINTOMAS -PREVENÇÃO -TRANSMISSÃO -TRATAMENTO -DIAGNÓSTICO
MATÉRIA 2 “CEROL PIPA”	-COMO FAZER PIPA - RISCOS CEROL -LEI SOBRE O USO DO CEROL. -SAIR
MATÉRIA 3 “DICAS GASTOS”	-10 DICAS -PLANILHA DE GASTOS -QUAL É A MELHOR FORMA DE FAZER O DINHEIRO RENDER? -SAIR
MATÉRIA 4 “CONCURSOS PÚBLICOS”	-LISTA DE CONCURSOS -PROFISSIONAIS MAIS REQUISITADOS -COMO MONTAR CURRÍCULO -ETIQUETA PARA ENTREVISTA DE EMPREGO -SAIR
MATÉRIA 5 “CIRURGIA PLÁSTICA”	- COMO ESCOLHER UM CIRURGIÃO PLÁSTICO -COMO PLANEJAR UMA CIRURGIA PLÁSTICA -TIPOS DE CIRURGIAS PLÁSTICAS -CUIDADOS PÓS-CIRURGIAS -SAIR
MATÉRIA 6 “CUIDADOS PELE”	-RISCOS EXPOSIÇÃO AO SOL -QUAL HORÁRIO TOMAR SOL? -PROTETOR SOLAR: QUAL O FATOR MAIS INDICADO? -CUIDADOS COM A PELE ANTES, DURANTE E DEPOIS DE TOMAR SOL -SAIR
MATÉRIA 7 “SUCO REFRESCANTE”	-MODO DE PREPARO -CALORIAS -BENEFÍCIOS -OUTRAS RECEITAS -SAIR
MATÉRIA 8 “TEATRO MÁGICO”	-HISTÓRIA DO TEATRO MÁGICO -NOVO DVD -ROTEIRO DE SHOWS -CLIFE -SAIR

Tabela 3: Menus de Interatividades das Matérias.

4.2 Roteiro

O roteiro do telejornal ou script, como muitas vezes é chamado, é uma lauda, eletrônica ou de papel, utilizada na produção audiovisual. Na parte superior da página é possível encontrar uma espécie de cabeçalho, usado para identificar o telejornal, a data, o editor do telejornal (repórter ou redator). Também estão colocados nesse local da página, conforme Paternostro (1999, p. 178), o “assunto (a retranca da matéria), o tempo da matéria e o número que a página terá no script (sic) geral do jornal”. Tradicionalmente a lauda do roteiro é dividida horizontalmente em dois blocos, um à esquerda, que destina-se às informações relativas à imagem ou a tudo o que aparecerá no vídeo, e outro, à direita da página, apontando todos os dados referentes ao áudio do material.

No lado esquerdo, essas indicações definem desde o nome do apresentador, o modo como ele vai “ao ar”, podendo ser ao vivo, fora de quadro (FQ) ou em frente a um fundo azul ou verde (*Chroma key*), que poderá ser recortado eletronicamente, a posteriori, na ‘ilha de edição’, incluindo qualquer imagem de fundo e transportando o apresentador para infinitas paisagens, reais ou produzidas.

Apesar de existirem regras estabelecidas para estruturar o script de telejornalismo, não há um único modelo adotado por todas as emissoras ou programas de televisão. A necessidade de organizar e de repassar as informações de maneira idêntica a todos os membros das equipes de jornalistas, produção e técnica torna o script indispensável à produção do telejornal; entretanto, desde que sejam seguidas as determinações mínimas de um script, é possível que cada veículo construa o seu modelo.

Paternostro (2002) traz uma lauda para TV utilizada a partir da informatização das redações jornalísticas no Brasil. Nesse caso específico, são materiais produzidos pela equipe do RJTV, o telejornal da TV Globo no Rio de Janeiro. Apesar de não mostrar uma divisão física entre as colunas destinadas ao vídeo e ao áudio, a clássica separação estrutural é usada com base na distribuição dos textos, na forma original: imagens à esquerda e sons, à direita. O cabeçalho dessas laudas para TV apresentadas por Paternostro (2002, p. 120 – 123) traz campos destinados a inserção de várias informações importantes para o controle da edição do telejornal bem como para os integrantes da técnica pois há lugar definido para informar tempo da cabeça de matéria (o texto lido pelo apresentador do telejornal), o tempo do VT que será inserido após a cabeça da matéria e o tempo total da matéria, o nome do telejornal, a data, e a matéria em si.

No exemplo a seguir, temos as laudas para TV utilizadas pela RBS TV na

elaboração dos seus telejornais JA – Jornal do Almoço, indicado nas laudas como JALMOÇO, telejornal que contempla blocos estaduais e locais tanto em Santa Catarina quanto no Rio Grande do Sul; e, RBS Notícias (identificado pela sigla RBSNOT nas laudas exemplificativas), que vai ao ar às 19h de segundas a sábados, também com blocos locais e estaduais, em rede, nos dois estados mais ao sul do Brasil.

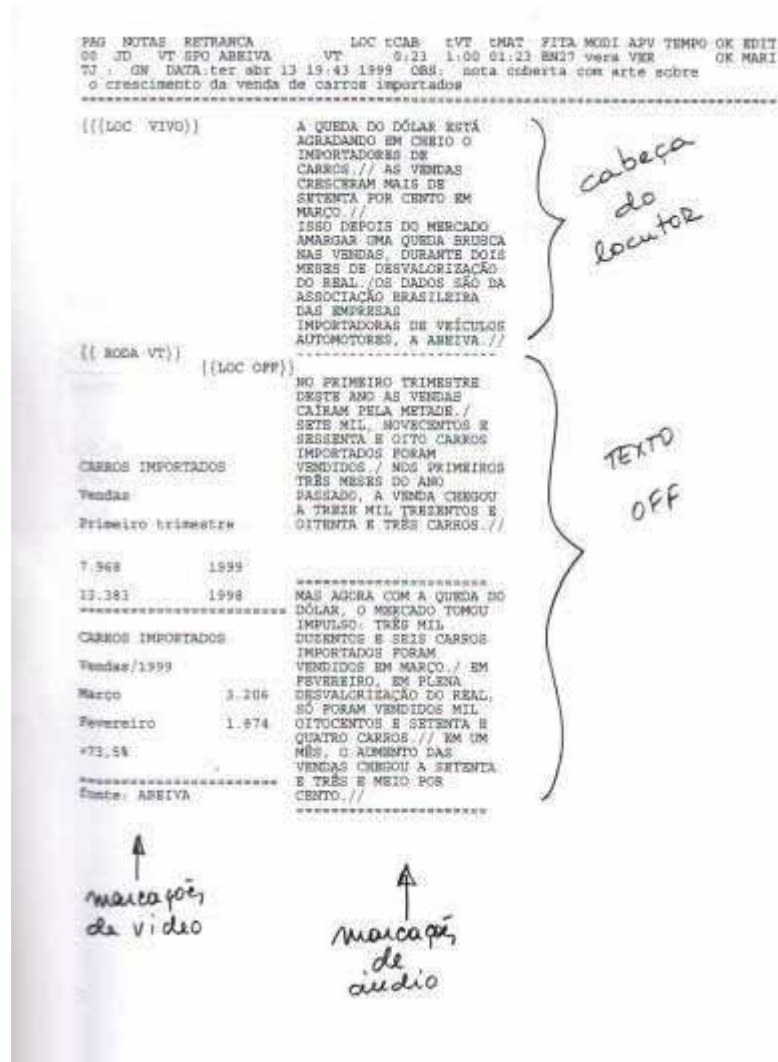


Figura6: Lauda para TV explicada por Paternostro.³⁰

O roteiro do “Realidade Interativa”³¹ contém cabeçalho com nome do jornal, data, quantidades de blocos e tempo total da edição. É formado por quatro colunas: Especificação de Conteúdo/GC³², Orientação para a parte Técnica que põe e coloca a matéria no ar, tem a coluna do Apresentar que é o texto que vai falar quando estiver no vídeo e acrescentei uma

³⁰ Fonte: PATERNOSTRO, Vera Íris. O texto na TV: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

³¹ O roteiro do telejornal “Realidade Interativa” está nos Anexos deste trabalho;

³²GC: Significa Gerador de Caracteres. Especifica nomes, funções de entrevistados nas matérias até apresentadores, repórteres e profissionais que contribuíram com a elaboração do programa.

última coluna que é a da Interatividade onde podem ser encontrados os conteúdos adicionais das matérias.

O telejornal começa com a Escalada que é onde estão os destaques da edição. O apresentador fala as manchetes da edição.

No telejornal “Realidade Interativa” a escalada foi coberta parcialmente com imagens, com a apresentadora aparecendo entre uma e outra manchete. Um minuto de escalada e na sequência roda vinheta do telejornal.

Quando o apresentador estiver falando ou até mesmo quando estiver passando a matéria, o telespectador poderá sempre optar através do controle remoto por recursos de interatividade do lado esquerdo da tela. O público pode escolher ver as vagas de “EMPREGO”, “PREVISÃO DO TEMPO”, os “DESTAQUES” da edição, no “+ NOTÍCIA”, acompanhar conteúdos adicionais da reportagem que estiver passando, ou acompanhar o telejornal sem nenhuma interatividade ao clicar no ícone SAIR. Abaixo estão as Figuras 7, 8, 9 e 10 que demonstram essa interatividade.



Figura 7: Menu Principal Interatividade



Figura 8: Aplicação de Interatividade do Menu Principal “EMPREGO”



Figura 9: Aplicação de Interatividade do Menu Principal “PREVISÃO DO TEMPO”



Figura 10: Aplicação de Interatividade do Menu Principal “DESTAQUES”

A interatividade nas oito matérias foi feita assim: ao clicar no ícone “+Notícia” (aprofundamento da notícia) aparece do lado direito opções de conteúdos adicionais. Veja nas Figuras 11 e 12 como acontece essa interatividade na matéria da dengue. Enquanto a reportagem estiver passando, o telespectador ao selecionar o “+NOTÍCIA” do lado esquerdo da tela poderá optar por conteúdos adicionais como: “O QUE É DENGUE?”, “TIPOS DE DENGUE”, “CICLO DA DOENÇA”, “SINTOMAS”, “PREVENÇÃO”, “TRANSMISSÃO”, “TRATAMENTO”, “DIAGNÓSTICO”. A matéria continua sendo exibida e o telespectador vê a interação no lado direito da tela.



Figura 11: Aplicação de Interatividade do Menu Principal “+NOTÍCIA”



Figura 12: Interação “+NOTÍCIA”

4.3 Conteúdo

Para aplicar o conceito de Infotretenimento e demonstrar que aliar informação e entretenimento é uma forma de atrair o público sem que o gênero telejornal perca sua função social e ética, foram escolhidos assuntos que estão em destaque na atualidade, desde matérias factuais como a da dengue até a de música e cultura como a do Teatro Mágico que finaliza a edição do jornal.

Todas as oito matérias têm conteúdos adicionais que podem ser vistos enquanto a reportagem está sendo exibida. Esses conteúdos foram elaborados levando em consideração pressupostos da hipermídia. Para Landow (1995) o texto hipertextual inclui informação visual, sonora, de animação e outras formas de informação, podendo encontrar neste cenário, fragmentos de vídeo interligado ao texto, como arquivo de fotos, registros sonoros e animações, que contribuem com o significado do conteúdo.

Os menus de conteúdos adicionais podem ser vistos na Tabela 03 colocada anteriormente neste trabalho e no roteiro disponibilizado nos anexos desse relatório.

A matéria que abre o telejornal é sobre o aumento do número de casos de dengue no mês de janeiro, que é tipicamente marcado por muitas chuvas. Essa reportagem é factual porque é uma problemática que muitas cidades brasileiras vêm enfrentando. Tem municípios que estão em alerta, por isso o tema deve ser discutido. A segunda também é factual e é sobre o uso de cerol em pipas. Usar esse material cortante é crime, pois pode gerar danos materiais e risco de morte. Como em janeiro as crianças e os adolescentes estão em período de férias é comum eles brincarem disso. No entanto, tem que ser uma brincadeira sadia e não de mau gosto, gerando problemas para a sociedade. Duas notícias factuais que foram construídas por personagens que viveram a situação. Tanto a da dengue, quanto a do cerol tem caráter mais quente e não podem ser veiculadas em qualquer época, porque a situação muda e a problemática hoje chama a atenção, talvez amanhã não. As duas matérias são mais informativas do que de entretenimento, mas se tornam mais leves pela construção do texto que tem uma linguagem mais próxima do telespectador, pela forma de narração que é feita contando a história de personagens que sofreram as consequências da situação. Por serem apresentadas assim e terem conteúdos adicionais com imagens e animações como o ciclo da dengue podem ser consideradas reportagens de Infotretenimento.

Na sequência são noticiadas duas reportagens que dão dicas. A de planejamento de gastos é o tipo de matéria voltada para o telespectador adulto que ao ouvir na manchete que serão dadas dicas de como se planejar para não ficar endividado durante o ano, ele acaba

acompanhando o telejornal para assistir a reportagem. É uma matéria mais utilitária assim como a de concursos que serve de serviço para comunidade.

Serviço: são matérias que divulgam alguma prestação de serviço para certo tipo de público. Como exemplo, podemos citar: matéria sobre as novidades na declaração do imposto de renda pessoa física; as situações de trânsito em determinadas regiões da cidade ou as novas regras do sistema financeiro de habitação. (CRUZ NETO, p. 58-59, 2008)

Depois, o próximo assunto abordado é sobre o ranking mundial de cirurgias plásticas que o Brasil ficou em segundo lugar. Uma notícia que acaba atraindo telespectadores do sexo feminino. Matéria atual e dinâmica ao mostrar como a busca de cirurgias plásticas no país é alta e bem significativa. Foi construída com personagens que ilustram e são exemplos do resultado do ranking. Além disso, tem nos conteúdos adicionais orientações para quem quer passar por procedimentos estéticos cirúrgicos.

Sempre com o objetivo de informar, o “Realidade Interativa” prossegue com matérias que também apresentam situações da atualidade possibilitando que o telespectador não sofra as consequências por falta de conhecimento. São as reportagens de bem estar como os cuidados para que as pessoas não tenham problemas com a pele ao se expor ao sol no verão, período em que as temperaturas são mais altas e os raios solares mais fortes. Complementando essa reportagem tem a matéria de receita de suco refrescante, que incentiva a ingestão de alimentos saudáveis.

Para encerrar a edição, foi escolhida uma reportagem de entretenimento que também informa o espectador culturalmente. É a reportagem sobre a banda Teatro Mágico que lança um novo DVD. Essa matéria objetiva principalmente o entretenimento, classificação feita por Cruz Neto (2008, p.59) da seguinte forma: “Entretenimento: são matérias, geralmente, culturais ou comportamentais que têm o objetivo de divertir o telespectador e, por serem mais amenas, são usadas para encerrar o telejornal em um clima mais leve”.

5 PARCERIA INTITUCIONAL

Como a pesquisadora trabalha em TV, ela buscou conciliar os estudos realizados como discente do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital e sua atividade profissional como repórter e apresentadora. Para a elaboração do telejornal, a mestranda contou com recursos próprios, equipamentos de voluntários profissionais (cinegrafistas Leandro Campos e Rogério Mattos) e também com imagens/entrevistas feitas pela pesquisadora enquanto profissional da TV Barretos (TVB), a qual autorizou e cedeu esse material para fins acadêmicos. As gravações foram realizadas em externas na cidade de Barretos e nos estúdios da TVB.

6 IMPACTOS

6.1 Impacto Científico

A pesquisa contribui cientificamente ao aplicar o conceito de Infotretenimento e Interatividade em roteiro e protótipo de telejornal para Televisão Digital. Esse estudo poderá colaborar com pesquisas futuras, pois já é uma forma de incitar a criação de novos conteúdos jornalísticos.

6.2 Impacto Tecnológico

Como a Televisão Digital no Brasil ainda está em processo transitório, a pesquisa fomenta o desenvolvimento tecnológico para a produção de telejornais interativos.

6.3 Impacto Econômico e Mercadológico

Constatou-se durante o processo produtivo a necessidade de uma equipe multidisciplinar que envolve profissionais das áreas de comunicação, design e tecnologia da informação. As emissoras precisam de uma complexa articulação entre esses profissionais e sincronização dos cronogramas de todos os envolvidos, tornando-se assim necessária a capacitação de profissionais das diferentes áreas atuantes no projeto para preenchimento das novas necessidades do quadro funcional e processo produtivo.

Não foi pensado em modelos de negócios, mas isso precisa ser pensado e pesquisado em estudos futuros, já que são as propagandas que sustentam o pagamento dos funcionários das emissoras.

6.4 Impacto Social

A interatividade desenvolvida neste trabalho contribui para a democratização da informação, possibilitando aos telespectadores novas formas de busca de informações. Além disso, estimula nas emissoras a preocupação com a elaboração de conteúdos telejornalísticos mais condizentes com a necessidade da população.

6.5 Impacto Ambiental

Não houve nenhum impacto ambiental para realização deste projeto.

7 EQUIPE

A fase inicial deste projeto foi realizada de maneira individual, através de levantamentos bibliográficos acerca do tema e elaboração do roteiro.

Já na segunda fase, que incluí a gravação das matérias, telejornal, edição de todo o material e programação do protótipo, a pesquisadora contou com a ajuda de voluntários (profissionais de Design, Tecnologia da Informação e Cinegrafistas).

8 DIFICULDADES

Depois de realizada toda a pesquisa exploratória, a primeira dificuldade encontrada pela mestranda foi a escolha e a elaboração das reportagens, que deveriam contemplar o conceito de Infotretenimento. Na sequência, foi preciso pensar em como fazer o telejornal ser interativo, através da programação e conteúdos adicionais. Levando em consideração que o protótipo era para TV Digital, a pesquisadora estudou e participou de palestra sobre o *middleware* Ginga com o objetivo de ter condições de realizar as aplicações interativas no protótipo. Nessa parte do trabalho, a mestranda encontrou muitas dificuldades. Como a pesquisa não teve nenhum tipo de financiamento e como o programa de Pós-Graduação em TV Digital não disponibilizou disciplinas práticas, as implementações em Ginga não foram possíveis. No entanto, a pesquisadora compreendeu as limitações encontradas na utilização dessa nova tecnologia e que os problemas encontrados são desafios a serem superados pelo próprio avanço de pesquisas. Devido à escassez de programadores Ginga, a interatividade do protótipo de telejornal “Realidade Interativa foi elaborada na linguagem HTML.

9 COMENTÁRIOS GERAIS E PERSPECTIVAS

A Televisão Digital Interativa é uma tecnologia recente e bastante promissora, visto que seus objetivos estão centrados na interação do ambiente televisivo.

Os resultados deste trabalho foram satisfatórios não somente às questões que este projeto buscava responder como a criação do roteiro e da produção do protótipo de telejornal interativo para TV Digital baseado no conceito de Infotretenimento. Vale ressaltar que o estudo proporcionou novos conhecimentos para a pesquisadora tanto na teoria quanto na prática.

Uma das grandes conquistas no desenvolvimento de uma pesquisa é que as ideias e assuntos abordados nela servirão para reflexão e poderão incitar estudos posteriores. É pensando dessa forma que são elencadas abaixo sugestões para futuras pesquisas:

- Desenvolver técnicas para a produção de telejornais de Infotretenimento interativos para TVD e avaliar os resultados;

- Desenvolver telejornais de Infotretenimento para TVD colaborativos em que os telespectadores possam sugerir pautas e enviar material sobre determinado assunto que possa estar presente no noticiário. (O telejornal não deve veicular qualquer material, pois a participação tem que garantir não apenas quantidade, mas, sobretudo qualidade.)

- Disponibilizar as notícias em diferentes formatos na TVD para que os usuários possam escolher a melhor forma de se informar;

- Avançar os estudos sobre a utilização das estratégias de Infotretenimento em telejornais produzidos para a TV Digital interativa;

- Desenvolver manuais de redação para a produção de telejornais com linguagem característica do Infotretenimento;

- Promover a capacitação dos profissionais que produzirão esses telejornais;

- Estudar maneiras de possibilitar o acesso da internet pela TV, pois com isso as redes sociais poderão se somar a TVD com o objetivo de se fazer um telejornal de Infotretenimento mais dinâmico e mais interativo.

Em suma, depois de desenvolver este estudo, chega-se a conclusão que é preciso pensar em novos conteúdos para a disseminação de informações pela TV Digital e uma das maneiras de se fazer isso é por meio de telejornais que informem e ao mesmo tempo levem entretenimento aos telespectadores.

Como afirma Carvalho (2006, p.7), “é preciso ousar em novos formatos, nas

linguagens e nas dispersões estéticas que a interatividade proporcionará. Poderemos vislumbrar ricos experimentos para a educação a distância, para a inclusão digital e produção audiovisual regional. A soma das competências dos especialistas brasileiros, vivificada nos consórcios, e da opção pela convergência tecnológica, podem contribuir para o alargamento da cidadania, desta vez a digital”.

REFERÊNCIAS

ABREU, Karen Cristina Kraemer (2001). **Pressupostos para criar bons roteiros de TV. (mimeo)**. Material didático. São Leopoldo. Curso de Comunicação Social.

AMERICO, M. **TV Digital: Propostas para Desenvolvimento de Conteúdos em Animação para o Ensino de Ciências**. 2010. 213 f. Tese (Doutorado em Educação para a Ciência). Faculdade de Ciências, Unesp, Bauru, 2010. Disponível em: <http://www.athena.biblioteca.unesp.br/exlibris/bd/bba/33004056079P0/2010/americo_m_dr_bauru_prot.pdf>. Acesso em: 30 set. 2010.

ANGELUS, A; CASTRO. C. **Oito Categorias para Produção de Conteúdo Audiovisual em Televisão Digital e Multiplataformas**. Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília, ISSN 1981-2132.

BARBEIRO, Heródoto. **Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV**. Colaboração de Paulo Rodolfo de Lima. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BARROS, G. A consistência da interface com o usuário para a TV interativa. Universidade de São Paulo. São Paulo: POLI-USP. 2006

BECKER, Valdecir; MONTEZ, Calros. **TV Digital Interativa: conceitos e tecnologias**. In: SBC. (Org.). WebMidia e LA-Web 2004. 2004, p. 39-77. Disponível em: <<http://www.itvproducoesinterativas.com.br/pdfs/A-TV-Digital-Interativa-Conceitos-Tecnologias.pdf>> . Acesso em: 07 nov. 2010.

BRASIL, 2006. **Decreto 5820 – Implantação do SBTVD – T**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm. Acesso em: 30 out. 2010.

_____, 2010. **PNAD 2009 - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do IBGE**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2009/default.shtm>> . Acesso em: 05 nov. 2010.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

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

CARVALHO, J. M de. TV Digital: O vértice é o interesse público. **Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação**. 16 maio 2006. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/arquivos/TextoJuliano.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2010.

CERVO, Amado Luiz. **Metodologia Científica 5 edição** – Amado Luiz Cervo, Pedro Alcino Bervian – São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CIRNE, L; FERNANDES, M; PÔRTO, E. **Perspectivas da interatividade no Telejornalismo da TV Digital Brasileira**. IN: TELEVISÃO DIGITAL. Livro da Compôs.

2009 / Orgs. Sebastião Squirra e Yvana Fachine. Porto Alegre: Sulina, 2009.

COMPARATTO, Doc (1983). **Roteiro: arte e técnica de escrever para cinema e televisão**. Rio de Janeiro: Nórdica.

Comunicação & Sociedade nº 48. **TV Digital Interativa**. São Bernardo do Campo, UESP, 2007.

COOK, Philip S. *The future of news*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1992.

COSTA, E. V. da. Fait-divers: jogador mata empresário no Paraguai. **Folha.com**, 09 no. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/colunas/regra10/ult3255u344041.shtml>>. Acesso em: 15 nov.2010.

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

CRUZ NETO, João Elias da. **Reportagem de televisão: com produzir, executar e editar**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

CURADO, Olga (2002). *A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo*. São Paulo: Alegro.

DEJAVITE, F. A. **A Notícia light e o jornalismo de infotainment**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007, Santos. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2010.

_____. **INFOtenimento: informação mais entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.

FERRACIOLI, L. **O “V” Epistemológico como Instrumento Metodológico para o Processo de Investigação**”. Revista Didática Sistemática, Volume 1: Trimestre outubro-dezembro de 2005.

GAWLINSKI, Mark. **Interactive Television Production**. Oxford, Focal Press, 2003. LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo. Editora 34,1999.

GOSCIOLA, V. **Roteiro para novas mídias – do cinema às mídias interativas**. 2ª Ed. 2008. Editora SENAC. São Paulo.

GOWIN, D.B. **The Structure of Knowledge**. *Educational Theory*, Urbana.1970.

_____. *Educating*. Ithaca, Cornell University Press, 1981.

GOMES, F.J.L & LIMA, J.V. **O papel como interface para o t-learning**. *Novas Tecnologias na Educação*. CINTED-UFRGS v.3, n. 2, novembro, 2005. Disponível em: <http://www.cinted.ufrgs.br/renote/nov2005/artigosrenote/a72_t-learning.pdf>. Acesso em 29 out. 2010.

GUIMARÃES, Larissa. TV digital no Brasil só atinge 38 cidades; 7 capitais não têm o sinal. **Folha.com**, Brasília, 05 agosto 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/777899-tv-digital-no-brasil-so-atinge-38-cidades-7-capitais-nao-tem-o-sinal.shtml>>. Acesso em: 07 nov. 2010.

GUTMANN, J. F. **Aspectos audiovisuais do infotainment: o CQC como propósito de análise**. 2008. Disponível em: <<http://www.tvereadidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Ju%20Gutmann.pdf>> . Acesso em: 01 nov. 2010.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Editora Objetiva Ltda, Rio de Janeiro, 2009.

INTERVOZES, Coletivo Brasil de Comunicação Social. **TV Digital: princípios e propostas para uma transição baseada no interesse público**. Março de 2006. Disponível em: <[ww.intervozes.org.br/publicacoes/documentos/TVDigital.pdf](http://www.intervozes.org.br/publicacoes/documentos/TVDigital.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2010.

LANDOW, George. Hipertexto – **La convergencia de la teoria crítica contemporánea y el hipertexto**. Barcelona: Paidós, 1995.

LARA, Alexandre. **Infotainment: as inter-relações entre entretenimento e notícia nas grades de programação da rádio Band News FM Curitiba**. Revista RAZÓN Y PALABRA, ano 15, n. 71, fevereiro-abril 2010. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/31%20LARA_REVISADO.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2010.

MARTIN, M. **A Linguagem Cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 2003

MACIEL, Pedro (1995). **Jornalismo de televisão: normas práticas**. Porto Alegre: Sagra; DC Luzzatto.

MORAES, Ronny Machado de. **A teoria da aprendizagem significativa**. Disponível em: <<http://www.construirnoticias.com.br/asp/materia.asp?id=1182>>. Acesso em: 13 jul. 2009.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

PADILHA, J. dos S. **Storytelling do blog Me Leva Brasil: desdobramento de conteúdo midiático da tv, interação com o telespectador e propaganda**. 2010. Disponível em: <http://www.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos_Comunicacao/pdfs/Juliana_Padilha.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2010.

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

PAULA, P. **Engenharia de Software, fundamentos, métodos e padrões**. LTC. 2001. São Paulo.

PEDUZZI, L. O. Q. **Reconstrução histórica e aprendizagem significativa**. Disponível em: <<http://www.fsc.ufsc.br/pesqpeduzzi/hom-inicio.htm>>. Acesso em: 03 nov. 2010.

PORTAL DO SERVIÇO SOCIAL, Universidade Federal de Santa Catarina Centro Sócio-Econômico. **Espaço Interativo**. Disponível em:

<http://www.servicosocial.ufsc.br/espaco_interativo.php>. Acesso em: 20 out. 2010.

PRADO, M. A. Humor do "CQC" dobra audiência da Band. **Folha Online**, 27 maio 2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u405829.shtml>>. Acesso em: 10 nov. 2010.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **Interação Mediada Por Computador: a comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional**. Tese de Doutorado no Curso de Pós-Graduação Em Informática na Educação - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2003. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/6959/000449573.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 07 nov. 2010.

RENÓ, D. **A linguagem para as novas mídias: a montagem audiovisual como base para o cinema interativo**. Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília ISSN 1981-2132 174

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

SBTVD, Fórum. **Glossário da TV digital**. Disponível em:

<<http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=36>>. Acesso em: 30 out. 2010.

_____. **Como escolher o seu conversor digital**. Disponível em:

<<http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=492>>. Acesso: 07 nov. 2010.

SILVA, Marcos (Org.). **Educação On-line: teorias, práticas, legislação, formação corporativa**. São Paulo: Loyola, 2003.

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

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Seja o primeiro a saber: a CNN e a globalização da informação**. São Paulo: Summus, 2005.

_____. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo, Summus, 2004.

STAND-UP COMEDY BRASIL, **O que é isso?** Disponível em: <http://www.gun.com.br/standupcomedybrasil/?page_id=6>. Acesso em: 15 nov. 2010.

QUIROZ, Tereza. Jovens e Socialização: Entre o Aprendizado e o Entretenimento. **Revista MATRIZES**, São Paulo, v. 1, n. 2, 2008.

_____. **La Edad de la Pantalla**. Universidad de Lima, Fondo Editorial, 2008.

TEIXEIRA, Lauro. **Televisão Digital – Interação e Usabilidade**. Goiânia: Ed. UCG, 2009.

TELECO, Inteligência em Telecomunicações. **Domicílios com Rádio e TV**. 2009. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/nrtv.asp>>. Acesso em: 30 out. 2010.

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

TV Integração é a primeira emissora do país a disponibilizar Interatividade na programação local. **Zebillin**, Uberlândia, 31 agosto 2010. Disponível em: <http://www.zebillin.com.br/?op=noticias&id_noticia=3003>. Acesso em: 20 out. 2010.

VILCHES, L. **A migração digital**. São Paulo: Loyola, 2003.

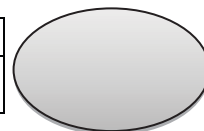
WEINER, Ricahrd (ed.). *Webster's new world dictionary of media and communication*. Nova York: Webster, 1996.

WOSSNER, Mark. "**Succes and responsibility**". In: Bertelsmann Annual Report 1992/1993, Gutersloh, s/d.

ANEXOS

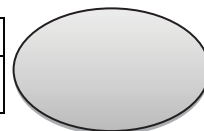
O roteiro e os textos das matérias do telejornal “Realidade Interativa” estão colocados, respectivamente, nas próximas páginas.

ROTEIRO TELEJORNAL		“REALIDADE INTERATIVA”
DATA: JANEIRO/2013	BLOCOS – 2	TEMPO TELEJORNAL – 20”



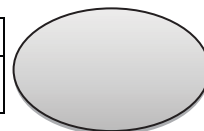
ESPECIFICAÇÃO DE CONTEÚDO / GC	TÉC.	APRESENTADOR	INTERATIVIDADE
<p>1º BLOCO – (9’) *ESCALADA (1’)</p> <p>GC ELOIZA FONTES APRESENTADORA</p>	<p>VIVO (COBERTA COM IMAGENS)</p>	<p>- CASOS DE DENGUE AUMENTAM E POPULAÇÃO DEVE FICAR ATENTA; -BRINCADEIRA PERIGOSA! USO DE CEROL EM PIPAS PODE ACABAR EM TRAGÉDIA. - CONFIRA DICAS PARA NÃO FICAR NO VERMELHO DURANTE O NOVO ANO; -ALTAS TEMPERATURAS E CALOR INTENSO! CUIDADOS COM A PELE SÃO NECESSÁRIOS PARA EVITAR DOENÇAS; - TEATRO MÁGICO, BANDA QUE MISTURA POESIA, TEATRO, ARTE CIRCENSE EM SHOWS É SUCESSO NACIONAL E LANÇA NOVO DVD; -ESSAS E OUTRAS NOTÍCIAS, AGORA NO REALIDADE INTERATIVA!</p>	<p>*SEMPRE QUANDO O APRESENTADOR ESTIVER LENDO A CABEÇA DA MATÉRIA OU ESTIVER PASSANDO A REPORTAGEM, O TELESPECTADOR PODERÁ ACESSAR ALGUNS ITENS DA TELA ESQUERDA COMO: -EMPREGOS -PREVISÃO DO TEMPO -DESTAQUES (DA EDIÇÃO) - + NOTÍCIA (APROFUNDAMENTO DA REPORTAGEM) -SAIR *AO ACESSAR ALGUM ITEM DO LADO ESQUERDO DA TELA, O TELESPECTADOR VÊ O CONTEÚDO DO LADO DIREITO.</p>
	<p>RODA VINHETA</p>		

ROTEIRO TELEJORNAL		“REALIDADE INTERATIVA”
DATA: JANEIRO/2013	BLOCOS – 2	TEMPO TELEJORNAL – 20’



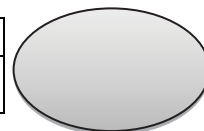
CABEÇA 1 “DENGUE”	VIVO	-BOA TARDE! JANEIRO É PARA MUITOS, MÊS DE FÉRIAS. ÉPOCA DE DESCANSO, DE VIAGENS... MAS TAMBÉM É UM PERÍODO TIPICAMENTE MARCADO POR CHUVAS. E O QUE PREOCUPA É O AUMENTO DA PROLIFERAÇÃO DO AEDES AEGHPYTI, O MOSQUITO TRANSMISSOR DA DENGUE. VÁRIAS CIDADES DO BRASIL ESTÃO EM ESTADO DE ALERTA.// ACOMPANHE NA REPORTAGEM.	
MATÉRIA 1 “DENGUE” (2’)	RODA VT		ENQUANTO A REPORTAGEM É VEICULADA, O TELESPECTADOR PODE ACESSAR CONTEÚDOS ADICIONAIS. É SÓ SELECIONAR O ITEM “+NOTÍCIA”. NO CASO DESTA MATÉRIA OS CONTEÚDOS ADICIONAIS SÃO: -O QUE É DENGUE? -TIPOS DE DENGUE -CICLO DA DOENÇA -SINTOMAS -PREVENÇÃO -TRANSMISSÃO -TRATAMENTO -DIAGNÓSTICO -SAIR
CABEÇA 2 “CEROL PIPA”	VIVO	-ESTAMOS EM PERÍODO DE FÉRIAS!	

ROTEIRO TELEJORNAL		“REALIDADE INTERATIVA”
DATA: JANEIRO/2013	BLOCOS – 2	TEMPO TELEJORNAL – 20’



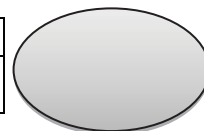
		UMA BRINCADEIRA VOLTA A DEIXAR OS CÉUS COLORIDOS. QUEM NUNCA SOLTOU UMA PIPA? MAS É PRECISO FICAR ATENTO AOS RISCOS DO CEROL, QUE É PROIBIDO.//	
MATÉRIA 2 “CEROL PIPA” (2’)	RODA VT		* ENQUANTO A REPORTAGEM É VEICULADA, O TELESPECTADOR PODE ACESSAR CONTEÚDOS ADICIONAIS. É SÓ SELECIONAR O ITEM “+NOTÍCIA”. NO CASO DESTA MATÉRIA OS CONTEÚDOS ADICIONAIS SÃO: -COMO FAZER PIPA - RISCOS CEROL -LEI SOBRE O USO DO CEROL -SAIR
CABEÇA 3 “DICAS GASTOS”	VIVO	-QUE TAL COMEÇAR O ANO JÁ COM UM PLANEJAMENTO FINANCEIRO PARA MAIS TARDE NÃO TER PROBLEMAS COM AS DÍVIDAS? CONFIRA DICAS QUE PODEM AJUDAR VOCÊ A CONTROLAR OS GASTOS.//	
MATÉRIA 3 “DICAS GASTOS” (2’)	RODA VT		* ENQUANTO A REPORTAGEM É VEICULADA, O TELESPECTADOR PODE ACESSAR CONTEÚDOS ADICIONAIS. É SÓ SELECIONAR O ITEM “+NOTÍCIA”. NO CASO

ROTEIRO TELEJORNAL		“REALIDADE INTERATIVA”
DATA: JANEIRO/2013	BLOCOS – 2	TEMPO TELEJORNAL – 20’



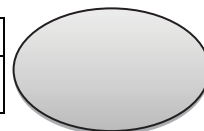
			DESTA MATÉRIA OS CONTEÚDOS ADICIONAIS SÃO: -10 DICAS -PLANILHA DE GASTOS -QUAL É A MELHOR FORMA DE FAZER O DINHEIRO RENDER? -SAIR
CABEÇA 4 “CONCURSOS PÚBLICOS”	VIVO	QUEM ESTÁ PROCURANDO EMPREGO, VALE A PENA CONFERIR OS CONCURSOS ABERTOS EM TODO O PAÍS.//	
MATÉRIA 4 “CONCURSOS PÚBLICOS” (2’)	RODA VT		* ENQUANTO A REPORTAGEM É VEICULADA, O TELESPECTADOR PODE ACESSAR CONTEÚDOS ADICIONAIS. É SÓ SELECIONAR O ITEM “+NOTÍCIA”. NO CASO DESTA MATÉRIA OS CONTEÚDOS ADICIONAIS SÃO: -LISTA DE CONCURSOS -PROFISSIONAIS MAIS REQUISITADOS -COMO MONTAR CURRÍCULO -ETIQUETA PARA ENTREVISTA DE EMPREGO -SAIR
A SEGUIR COBERTO COM IMAGENS	VIVO	-VEJA A SEGUIR: -BRASIL É 2º LUGAR EM RANKING MUNDIAL DE CIRURGIAS PLÁSTICAS;	

ROTEIRO TELEJORNAL		“REALIDADE INTERATIVA”
DATA: JANEIRO/2013	BLOCOS – 2	TEMPO TELEJORNAL – 20”



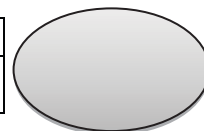
	(SOBE-SOM ANTES DO INTERVALO DA ÚLTIMA MANCHETE DO A SEGUIR)	-APRENDA A FAZER UM SUCO REFRESCANTE PARA ESTE VERÃO; - TEATRO MÁGICO LANÇA MAIS UM DVD; -O REALIDADE INTERATIVA VOLTA EM INSTANTES;	
INTERVALO (2’)	RODA VINHETA		
2º BLOCO (9’)			
CABEÇA 5 “CIRURGIA PLÁSTICA”	VIVO	-O BRASIL É O SEGUNDO PAÍS NO RANKING MUNDIAL DE CIRURGIAS PLÁSTICAS. POR DIA, SÃO REALIZADAS MAIS DE 1,7 MIL CIRURGIAS. SÃO 71 OPERAÇÕES ESTÉTICAS POR HORA EM PESSOAS QUE BUSCAM CORPO E ROSTO PERFEITOS.//	
MATÉRIA 5 “CIRURGIA PLÁSTICA” (2’)	RODA VT		* ENQUANTO A REPORTAGEM É VEICULADA, O TELESPECTADOR PODE ACESSAR CONTEÚDOS ADICIONAIS. É SÓ SELECIONAR O ITEM “+NOTÍCIA”. NO CASO DESTA MATÉRIA OS CONTEÚDOS ADICIONAIS SÃO:

ROTEIRO TELEJORNAL		“REALIDADE INTERATIVA”
DATA: JANEIRO/2013	BLOCOS – 2	TEMPO TELEJORNAL – 20”



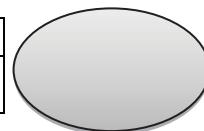
			<ul style="list-style-type: none"> - COMO ESCOLHER UM CIRURGIÃO PLÁSTICO -COMO PLANEJAR UMA CIRURGIA PLÁSTICA -TIPOS DE CIRURGIAS PLÁSTICAS -CUIDADOS PÓS-CIRURGIAS -SAIR
CABEÇA 6 “CUIDADOS PELE”	VIVO	-NESSES DIAS DE CALOR INTENSO, NADA MELHOR DO QUE SE REFRESCAR COM UM BANHO DE PISCINA, POR EXEMPLO. SÓ QUE A EXPOSIÇÃO AO SOL DEVE SER MODERADA. OS RAIOS SOLARES PODEM SER UM VILÃO PARA A PELE.//	
MATÉRIA 6 “CUIDADOS PELE” (2’)	RODA VT		<p>* ENQUANTO A REPORTAGEM É VEICULADA, O TELESPECTADOR PODE ACESSAR CONTEÚDOS ADICIONAIS. É SÓ SELECIONAR O ITEM “+NOTÍCIA”. NO CASO DESTA MATÉRIA OS CONTEÚDOS ADICIONAIS SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> -RISCOS EXPOSIÇÃO AO SOL -QUAL HORÁRIO TOMAR SOL? -PROTETOR SOLAR: QUAL O FATOR MAIS INDICADO? -CUIDADOS COM A

ROTEIRO TELEJORNAL		“REALIDADE INTERATIVA”
DATA: JANEIRO/2013	BLOCOS – 2	TEMPO TELEJORNAL – 20”



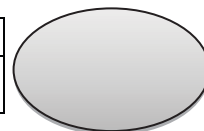
			PELE ANTES, DURANTE E DEPOIS DE TOMAR SOL -SAIR
CABEÇA 7 “SUCO REFRESCANTE”	VIVO	-ALÉM DE CUIDAR DA PELE, A ALIMENTAÇÃO TAMBÉM PRECISA DE CUIDADOS EM DIAS DE CALOR. QUE TAL APRENDER A FAZER UM SUCO REFRESCANTE PRA ESTE VERÃO?	
MATÉRIA 7 “SUCO REFRESCANTE” (2’)	RODA VT		* ENQUANTO A REPORTAGEM É VEICULADA, O TELESPECTADOR PODE ACESSAR CONTEÚDOS ADICIONAIS. É SÓ SELECIONAR O ITEM “+NOTÍCIA”. NO CASO DESTA MATÉRIA OS CONTEÚDOS ADICIONAIS SÃO: -MODO DE PREPARO -CALORIAS -BENEFÍCIOS -OUTRAS RECEITAS -SAIR
CABEÇA 8 “TEATRO MÁGICO”	VIVO	É HORA DE CULTURA AQUI NO REALIDADE INTERATIVA. UMA BANDA QUE MISTURA POESIA, TEATRO E ARTE CIRCENSE PARA APRESENTAR AS CANÇÕES AUTORAIS. CONHEÇA O TRABALHO DO GRUPO TEATRO MÁGICO QUE LANÇA UM NOVO DVD.//	

ROTEIRO TELEJORNAL		“REALIDADE INTERATIVA”
DATA: JANEIRO/2013	BLOCOS – 2	TEMPO TELEJORNAL – 20’



MATÉRIA 8 “TEATRO MÁGICO” (2’)	RODA VT		* ENQUANTO A REPORTAGEM É VEICULADA, O TELESPECTADOR PODE ACESSAR CONTEÚDOS ADICIONAIS. É SÓ SELECIONAR O ITEM “+NOTÍCIA”. NO CASO DESTA MATÉRIA OS CONTEÚDOS ADICIONAIS SÃO: -HISTÓRIA DO TEATRO MÁGICO -NOVO DVD -ROTEIRO DE SHOWS -CLIFE -SAIR
RESUMO DO TELEJORNAL COBERTO COM IMAGENS (1’)	VIVO	VOCÊ ACOMPANHOU NA EDIÇÃO DE HOJE: - PERÍODO DE CHUVAS CONTRIBUI PARA O AUMENTO DOS CASOS DE DENGUE; - USO DE CEROL PARA SOLTAR PIPAS PODE ACABAR EM TRAGÉDIA. O USO DESSE MATERIAL CORTANTE É PROIBIDO E É CRIME; - UM BOM PLANEJAMENTO PODE AJUDAR VOCÊ A CONTROLAR OS GASTOS; - TEMPORADA DE CONCURSOS PÚBLICOS EM TODO O BRASIL ESTÁ ABERTA. TEM VAGAS PARA VÁRIOS PROFISSIONAIS EM DIVERSOS LUGARES DO PAÍS;	*SEMPRE QUANDO O APRESENTADOR ESTIVER LENDO A CABEÇA DA MATÉRIA OU ESTIVER PASSANDO A REPORTAGEM, O TELESPECTADOR PODERÁ ACESSAR ALGUNS ITENS DA TELA ESQUERDA COMO: -EMPREGOS -PREVISÃO DO TEMPO -DESTAQUES DA EDIÇÃO - + NOTÍCIA (APROFUNDAMENTO DA REPORTAGEM) -SAIR *AO ACESSAR ALGUM ITEM DO LADO ESQUERDO DA TELA, O TELESPECTADOR VÊ O CONTEÚDO DO LADO DIREITO.

ROTEIRO TELEJORNAL		“REALIDADE INTERATIVA”
DATA: JANEIRO/2013	BLOCOS – 2	TEMPO TELEJORNAL – 20’



		<p>-BRASIL É 2º LUGAR EM RANKING MUNDIAL DE CIRURGIAS PLÁSTICAS. PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS SÃO OS MAIS PROCURADOS;</p> <p>-ALTAS TEMPERATURAS E CALOR INTENSO! CUIDE DE SUA PELE E HIDRATE O CORPO COM BEBIDAS REFRESCANTES;</p> <p>- TEATRO MÁGICO, BANDA QUE FAZ SHOW COM POESIA, TEATRO, ARTE CIRCENSE, TEM NOVO DVD;</p>	
ENCERRAMENTO	VIVO	<p>-O “REALIDADE INTERATIVA” FICA POR AQUI. MAIS INFORMAÇÕES NA NOSSA PRÓXIMA EDIÇÃO. UMA EXCELENTE TARDE PRA VOCÊ!!</p>	
	RODA VINHETA		

Matéria 1 “Dengue”

Off1: Todos os dias a dona de casa Nilse desempenha suas atividades domésticas./ Mas essa rotina foi interrompida.//

Sonora1: Dona de casa que teve dengue

Off2: Ela ficou doente e a doença foi causada pelo mosquito *Aedes Aegypti*, transmissor da dengue.//

Sonora2: Dona de casa que teve dengue

Off3: Isso revela a situação da cidade neste início do ano: epidemia de dengue./ Até o início do mês de janeiro foram registradas 2.174 notificações, uma suspeita de morte por dengue hemorrágica, 1.101 casos positivos, 88 casos negativos./ O setor de controle de vetores está fazendo mutirões para controlar a doença no município.//

Sonora3: Supervisor arrastão dengue

Off4: Assim como Barretos, vários municípios brasileiros também estão em estado de alerta por surto dessa doença./ (ENTRA TELA) Os números estão aumentando nos estados de São Paulo, Mato Grosso do Sul, Goiás, Minas Gerais, Espírito Santo e Paraná./ Um dos quadros mais preocupantes é o de Campo Grande./Em 20 dias, a cidade já notificou quase 11 mil casos da doença. Em Minas Gerais, oito cidades já decretaram emergência entre elas Ipatinga e Uberaba, onde uma pessoa morreu por contrair a forma hemorrágica da doença. No Paraná, 4 cidades estão na mesma situação.//

Passagem: Conforme as regras do Ministério da Saúde, a emergência pode ser decretada quando existem 300 casos confirmados da doença para cada 100 mil habitantes.

Off5: Nesta época as chuvas são intensas e isso piora a situação, porque aumenta o acúmulo de água parada, onde o mosquito se reproduz./ Dessa forma, a população tem que fazer a sua parte para evitar a proliferação do *Aedes Aegypti* e conseqüentemente a incidência da doença.//

Sonora4: Supervisor arrastão dengue

Sonora5: Dona de casa que teve dengue

Matéria 2 “Cerol Pipa”

Off1: Com a chegada das férias escolares, os céus ficam coloridos. E motivo dessa mudança de visão é fácil de identificar: são as pipas. Uma brincadeira muito comum e antiga que se intensifica neste período./ O que era para ser uma diversão inofensiva tem causado muitos problemas devido ao uso de um material proibido: o popular cerol.//

Sonora1: Comandante da 1º Companhia da Polícia de Barretos

Off2: Não só o uso de cerol para preparar a linha das pipas é proibido, mas também a venda desse tipo de mistura criminosa de cola de madeira com vidro moído./ Se você ver alguém usando ou vendendo esse material cortante, não deixe de denunciar para a polícia.//

Sonora2: Comandante da 1º Companhia da Polícia de Barretos

Matéria 3 – “Dicas Gastos”

Off1: Início do ano e orçamento quase sempre foge do controle./ Como resolver o problema e não fazer mais dívidas são as preocupações de muitos brasileiros.//

Passagem: Muita gente admite que não sabe administrar o próprio dinheiro. Acaba gastando mais do que ganha. Hoje a cada 10 pessoas, apenas 3 poupam. Parece difícil, mas não é tão complicado assim.

Sonora1: Economista

Off2: É importante que se conheça bem a sua vida financeira e as dívidas a serem quitadas. Tudo deve ser planejado e todos os gastos anotados para mais tarde não ter surpresas indesejáveis.

Sonora2: Economista

Off3: Mudanças de hábito poderão te ajudar a poupar e lembre-se você deverá quitar as despesas extras que chegam com o mês de janeiro.

Sonora3: Economista

Matéria 4 – “Concursos Públicos”

Off1: Pelo menos 71 concursos públicos em todo o país estão com inscrições abertas neste mês de janeiro e reúnem 11,6 mil vagas em cargos de todos os níveis de escolaridade. Os salários chegam a R\$ 22.854,46 no Tribunal Regional do Trabalho da 8ª Região (Pará e Amapá).

Passagem: Além das vagas abertas, há concursos para formação de cadastro de reserva, ou seja, os aprovados são chamados conforme a abertura de vagas durante a validade do concurso.

Off2: Os órgãos que estão com inscrições abertas para 947 vagas são os seguintes: Fundação Centro de Hematologia e Hemoterapia do Estado de Minas Gerais (Hemominas), Ministério Público de Mato Grosso do Sul, Polícia Civil do Estado de São Paulo, Prefeitura de Cotriguaçu (MT), Prefeitura de Ipatinga (MG), Prefeitura de Tauá (CE), Secretaria das Cidades e do Planejamento e Gestão do Estado do Ceará, Secretaria de Estado de Educação e Qualidade do Ensino do Amazonas, Secretaria Municipal de Desporto, Lazer e Juventude de Manaus, Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo e Tribunal Regional do Trabalho da 8ª Região (Pará e Amapá). Veja para que área são as vagas neste link que aparece em seu vídeo: <http://g1.globo.com/concursos-e->

emprego/noticia/2013/02/concursos-com-inscricoes-abertas-reunem-116-mil-vagas-em-todo-o-pais.html

Matéria 5 - “Cirurgia Plástica”

Off1: A jornalista, Tatiana, resolveu colocar silicone nos seios há um ano e meio.//

Sonora1: Jornalista

Off2: Ela é uma de muitos brasileiros que se submetem a cirurgias plásticas e são os responsáveis por colocar o Brasil no 2º lugar do ranking mundial de países que mais realizam procedimentos estéticos perdendo apenas para os Estados Unidos. A lipoaspiração é a queridinha da população, mas vem logo seguida da cirurgia de implante de silicone. Nos últimos quatro anos, a lipo — cirurgia estética que retira a gordura localizada do corpo teve um crescimento de 129% contabilizando 211.108 procedimentos realizados no País. A prótese de silicone (148.962) e a abdominoplastia (95.004) ocuparam o segundo e terceiro lugar, respectivamente.//

Sonora2: Cirurgião Plástico

Off3: Para fazer procedimentos estéticos, o cirurgião plástico orienta.//

Sonora3: Cirurgião Plástico

Off4: São 71 operações estéticas por hora em pessoas que buscam corpo e rostos perfeitos. E muitas pessoas, assim como Tatiana que fez cirurgia plástica, não se arrependem de ter feito e faria de novo.//

Sonora4: Jornalista

Matéria 6 – “Cuidados Pele”

SOBE IMAGENS...

Passagem: Nesta época do ano, em que estamos na estação verão, os raios do sol ficam mais fortes. Com esse calor intenso o que as pessoas querem mesmo é se refrescar, mas alguns cuidados devem ser tomados.//

Off1: (COLOCAR A TELA)

Sempre que possível, evite sair nos horários em que o sol estiver a pino, das 10h às 16h. Prefira sair de manhãzinha ou ao entardecer.

Use filtro solar sempre.

Evite ficar exposto ao sol, procure caminhar pela sombra.

Prefira uma alimentação leve: frutas, saladas.

Mantenha-se hidratado: beba bastante líquido, a toda hora.

Facilite a transpiração: use roupas folgadas, de tecidos leves e claros.

Uma boa idéia é incluir um chapéu ou boné no figurino.

Também não se esqueça dos óculos escuros. Mas não adianta ser qualquer um: ele precisa ter proteção ultravioleta total para evitar queimaduras da córnea e da retina, que causam lesões irreversíveis.

Mas, para aliviar mesmo, nada melhor do que a água. De acordo com suas possibilidades, lave rosto, nuca, braços e mãos, tome uma ducha fria, mergulhe na piscina ou tome um banho de mar.

Nesta época do ano, o cuidado deve ser ainda maior com bebês e crianças, maiores de 65 anos e pessoas doentes - especialmente cardíacos ou com pressão alta.

Off2: A Técnica de Radiologia, Rosemeire, está de férias e para que o sol não estrague a sua diversão e a de sua família, ela já está seguindo alguns desses cuidados.//

Sonora1: Técnica de Radiologia

Off3: Ainda segundo Rosemeire, o cuidado com as crianças é redobrado.//

Sonora2: Técnica de Radiologia

Matéria 7 “Suco Refrescante”

A repórter entrevista na cozinha do estúdio da TV Barretos o nutricionista que prepara um suco refrescante.

Matéria 8 “Teatro Mágico”

Clipezinho teatro mágico...

Off1: Senhoras e senhores vai começar o espetáculo... Uma peça de teatro, uma apresentação de circo, sim, uma banda musical./ este grupo juntou o espetáculo do teatro, a magia do circo e mais músicas autorais para celebrar a vida e contagiar o público./ Este é o teatro mágico.//

Sonora1: Vocalista Teatro Mágico

Off2: Esta é a segunda vez que a trupe se apresenta em Barretos e neste evento eles encantaram o público com um show interativo, dinâmico, envolvendo, intenso que mesclou contorcionismo, pirofagia, atos próprios do teatro e até declamação de poesia...

Sobe imagens do show...

Sonora2: Vocalista Teatro Mágico

Off3: Segundo o vocalista da banda, o próximo passo do teatro mágico é o lançamento de mais um DVD.//

Sonora3: Vocalista Teatro Mágico

Off4: A platéia entrou no clima e se divertiu muito no show... Quem assistiu, saiu do teatro Jorge Andrade satisfeito.//

Sonoras público