

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
JÚLIO DE MESQUITA FILHO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TELEVISÃO DIGITAL:
INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

Diolinda Madrilena Feitosa Silva

**BÊ-A-BÁ DA TV DIGITAL: PROPOSTA DE PRODUÇÃO DE
INTERPROGRAMAS PARA CANAIS PÚBLICOS**

Bauru

2011

Diolinda Madrilena Feitosa Silva

BÊ-A-BÁ DA TV DIGITAL: PROPOSTA DE PRODUÇÃO DE
INTERPROGRAMAS PARA CANAIS PÚBLICOS

Trabalho de conclusão de Mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital: Informação e Conhecimento da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, para obtenção do título de Mestre em Televisão Digital, sob a orientação da Profa. Dra. Maria Cristina Gobbi.

Bauru

2011

Silva, Diolinda Madrilena Feitosa.

Bê-a-bá da TV digital:Proposta de produção de
interprogramas para canais públicos / Diolinda
Madrilena Feitosa Silva, 2011.
155f.

Orientadora: Maria Cristina Gobbi

Dissertação(Mestrado) - Universidade Estadual
Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e
Comunicação, Bauru, 2011

1. Televisão Digital. 2. Televisão Pública. 3.
Interprogramas. 4. Democratização da Comunicação. I.
Universidade Estadual Paulista.Faculdade de
Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.



ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE DIOLINDA MADRILENA FEITOSA SILVA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TELEVISÃO DIGITAL: INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO, DO(A) FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICACAO DE BAURU.

Aos 18 dias do mês de abril do ano de 2011, às 09:00 horas, no(a) Sala dos Órgãos Colegiados da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Profa. Dra. MARIA CRISTINA GOBBI do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao de Bauru, Profa. Dra. LETICIA PASSOS AFFINI do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao de Bauru, Prof. Dr. ANDRE BARBOSA FILHO do(a) Casa Civil / Presidência Da República Casa Civil, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de DIOLINDA MADRILENA FEITOSA SILVA, intitulada "BÊ-A-BÁ DA TV DIGITAL: PROPOSTA DE PRODUÇÃO DE INTERPROGRAMAS PARA CANAIS PÚBLICOS". Após a exposição, a discente foi argüida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: aprovado . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

Profa. Dra. MARIA CRISTINA GOBBI

Profa. Dra. LETICIA PASSOS AFFINI

Prof. Dr. ANDRE BARBOSA FILHO

Diolinda Madrilena Feitosa Silva

BÊ-A-BÁ DA TV DIGITAL: PROPOSTA DE PRODUÇÃO DE
INTERPROGRAMAS PARA CANAIS PÚBLICOS

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

Linha de Pesquisa: Gestão da Informação e Comunicação para Televisão
Digital

Banca Examinadora:

Presidente/Orientador (a): Prof^a. Dr^a. Maria Cristina Gobbi
Instituição: Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho

Prof. Dr. André Barbosa Filho
Instituição: Casa Civil da Presidência da República

Prof^a. Dr^a. Letícia Passos Affini
Instituição: Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho

Resultado: Aprovada.

Bauru, 18 de abril de 2011.

AGRADECIMENTOS

Aos meus sobrinhos Pedro Feitosa, Ila Feitosa e Yara Gonzalez Feitosa por me mostrarem o futuro e onde está o essencial da vida. A toda a minha família, especialmente a minha mãe Damiana Feitosa, pela eterna compreensão e exemplo de vida.

Aos colegas e agora amigos do Mestrado em TV Digital, Edvaldo Olécio e Maria Luiza Sorbille, sempre dispostos a ajudar. Às amigas e irmãs Deisy Fernanda e Kellyanne Alves, com as quais dividi os sonhos, realizações e dificuldades que envolveram toda essa trajetória, desde o primeiro momento. A todos os colegas da Unesp, pela amizade e pela troca de conhecimentos que, sem dúvida, fizeram a diferença em nossas vidas.

Agradeço a todos os professores do Mestrado em TV Digital da FAAC-Unesp pelos valiosos ensinamentos nesta longa jornada, em especial a Maria Cristina Gobbi, orientadora, pela força e contribuições em muitos momentos.

À equipe do Laboratório de Aplicações de Vídeo Digital (Lavid), notadamente a Guido de Souza Lemos Filho e Tatiana Aires, pelas valiosas informações em oficinas e eventos.

A Sandra Moura, diretora do Pólo Multimídia da UFPB, e a Luis Eduardo Teixeira, assessor de Comunicação da UFPB, pelo apoio em diversas etapas do mestrado.

À equipe do Pólo Multimídia - TV UFPB com a qual realizei atividades que contribuíram para o amadurecimento profissional e para a concretização dessa pesquisa.

Um agradecimento especial a Maria Alice Carvalho e Carmelita Pereira com as quais aprendi várias lições de vida, mais pelo exemplo que pelo preceito.

A DEUS, meu guia de todas as horas.

MUITÍSSIMO OBRIGADA!

A televisão é e será aquilo que fizermos dela.

Arlindo Machado

FEITOSA SILVA, D. M. **Bê-a-bá da TV Digital: proposta de produção de interprogramas para canais públicos.** 2011 155f. Trabalho de conclusão (Mestrado em TV Digital: Informação e Conhecimento) – FAAC – UNESP, sob orientação da Prof^a. Dr^a. Maria Cristina Gobbi, Bauru, 2011.

RESUMO

Apresenta pré-projeto e proposta de guia de conteúdos destinados à produção de uma série de interprogramas para emissoras de televisão públicas, abordando as transformações no modo de o telespectador se relacionar com a tevê, motivadas pelo advento da tecnologia digital. Traz informações passo a passo sobre os novos recursos proporcionados pela tecnologia digital e suas funcionalidades, capazes de estimular o senso crítico da audiência e a formação para atitudes mais ativas frente ao meio de comunicação. Contempla uma reflexão, a partir de diversos teóricos, sobre os temas mais proeminentes no contexto das televisões do campo público, diante do processo de implantação da TV Digital no Brasil. Dimensiona-se o impacto da digitalização para esses canais, apresentando os cenários e desafios que se impõem na atual conjuntura de transição do modelo de TV analógico para o digital e que serão determinantes para a consolidação de um sistema público de televisão plural, participativo e mais independente da tutela governamental. Traz, também, uma revisão bibliográfica sobre as finalidades pedagógicas da televisão e do processo de produção de conteúdos nesse meio de comunicação.

Palavras-chave: Televisão digital. Televisão pública. Interprogramas. Democratização da Comunicação.

FEITOSA SILVA, D. M. **A to Z of Digital TV: proposal to produce interprograms for public broadcasters.** 2011 155p. Work Completion (Master in Digital TV: Information and Knowledge) - FAAC - UNESP, under the guidance of Professor Dr. Maria Cristina Gobbi, Bauru, 2011.

ABSTRACT

Presents a pre-project proposal and content guide for the production of a series of interprograms for public television stations, addressing the changes in the way the viewer relates to the TV, motivated by the advent of digital technology. It provides "step by step" information on the new features offered by digital technology and its functions, being able to stimulate the critical sense of audience attitudes and training for the most active front of the media. Included are reflections from various theorists, on the most prominent themes in the context of the field of television audience, before the process of implementation of Digital TV in Brazil. It puts into scale the impact of digitization for these channels, presenting the scenarios and challenges they pose in the current model of transition from analogue TV to digital and what will be decisive for the consolidation of a public television which is plural, participatory and more independent of government tutelage. There is also a review on the educational purposes of television and content production process in this medium.

Keywords: Digital television. Public television. Interprograms. Democratization of Communication.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1: SBTVD - Sistema de TV Digital Brasileiro60

FIGURA 2: Sistema de TV Digital – Visão Geral65

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 RELATÓRIO TÉCNICO-CIENTÍFICO	16
2.1 DADOS GERAIS DO PROJETO	16
2.2 DESCRIÇÃO DO PROJETO	29
2.3 MATERIAL E MÉTODOS	32
2.4 JUSTIFICATIVA	36
2.5 RESULTADOS OBTIDOS	39
2.6 PRÉ-PROJETO PARA A SÉRIE DE INTERPROGRAMAS	42
2.6.1 Experiências de interprogramas em TVs públicas	42
2.6.2 A roteirização de interprogramas	44
2.6.3 Planejamento e gestão de conteúdos para televisão	47
2.6.4 O projeto	49
2.6.5 Guia de conteúdos	50
2.6.6 Relação entre o guia de conteúdos e o roteiro	53
2.6.7 O roteiro	55
2.7 GUIA DE CONTEÚDOS PARA INTERPROGRAMAS	59
2.7.1 Série de interprogramas	59
2.8 PRODUÇÃO DO PESQUISADOR EXECUTOR DO PROJETO	83
2.9 PARCERIA INSTITUCIONAL	88
2.10 CAPACITAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS	93
2.11 DIFUSÃO	95
2.12 IMPACTOS	98
2.13 EQUIPE	102
2.14 DIFICULDADES	106
2.15 COMENTÁRIOS GERAIS E PERSPECTIVAS	107
2.16 AVALIAÇÃO	108
3 REFERENCIAL TEÓRICO	109
3.1.1 Cenários e desafios da digitalização para TVs do campo público	109
3.1.1.1 Conceitos sobre sistema público de comunicação	109
3.1.1.2 O Sistema público de TV brasileiro	115
3.1.1.3 Digitalização e democratização	118

3.1.1.4 Novos atores ampliam o debate	120
3.1.1.5 Cenários e desafios.....	122
3.1.1.6 Financiamento e Regulamentação das emissoras não comerciais	124
3.1.1.7 Qual modelo de negócios?.....	126
3.1.1.8 Multiprogramação.....	128
3.1.1.9 Convergência tecnológica	130
3.1.2 Televisão e educação para as novas tecnologias	132
3.1.2.1 TV pública e suas finalidades educativas.....	132
3.1.2.2 Potencial educativo da televisão	134
3.1.2.3 A questão da qualidade e/ou “qualidades” da informação.....	137
3.1.2.4 Jornalismo como forma de conhecimento	139
3.1.2.5 A produção da informação	142
3.1.2.6 Gramática televisiva: estratégias e configurações discursivas e técnicas dos conteúdos	145
4 REFERÊNCIAS.....	149

1 INTRODUÇÃO

A amplitude das novas tecnologias coloca os telespectadores diante de escolhas de possibilidades variadas de ação e comunicação. A implantação do sistema de televisão digital implica em muitos desafios e, dentre eles, um dos maiores é a educação para as novas mídias. Embora tenhamos uma sociedade dependente da televisão aberta e terrestre, cuja penetração massiva atinge quase cem por cento dos lares brasileiros, o desafio ainda é articular uma tecnologia de ponta a uma realidade com muitos entraves à inclusão digital.

A evolução da TV analógica para a TV digital não é marcada apenas pelo aumento da qualidade do sinal de áudio e vídeo disponibilizados, mas também pelo fornecimento de novos serviços computacionais. Pode-se resumir as novas funcionalidades citadas como: “agregar capacidade computacional à TV”, segundo a definição do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.BR, 2005). Essa e outras mudanças ensejadas pela digitalização do sistema de tevê brasileiro ainda não são usufruídas pela grande maioria dos telespectadores, estando o conhecimento sobre benefícios e funcionalidades restrito a um pequeno universo de cidadãos, geralmente estudiosos do tema, profissionais e empresários do ramo de radiodifusão e pessoas das classes média e alta, com poder aquisitivo para a compra de conversores digitais ou aparelhos de tevê com essa tecnologia embarcada¹.

Outro fator que torna mais complexa a massificação dessa tecnologia é a pouca veiculação de informações nos meios de comunicação, dentre eles a própria tevê, visando popularizar a televisão digital entre todas as camadas da sociedade, familiarizando o telespectador com os recursos por ela proporcionados. Nesse contexto, um elemento que deve ser mencionado é o papel das emissoras do campo público de televisão que ainda estão dando os primeiros passos, visando a migração para o sistema digital, em flagrante descompasso com as redes privadas.

¹ Sistemas embarcados são combinações de hardware/software cujo objetivo é controlar um dispositivo, um processo ou um sistema maior. Entre os exemplos de sistemas embarcados estão aqueles que controlam o funcionamento do motor de um carro, o piloto automático da aeronave ou o conjunto de chips e softwares dentro de um *set-top box* para TV digital.

A criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), em 2008, inaugurou uma nova etapa com a implantação de modelos de gestão, financiamento, produção e difusão de conteúdos mais democráticos, além de instalação de retransmissoras em todo o país. Essa política objetiva ampliar a participação social na construção de um projeto de comunicação pública rumo à digitalização, embora não tenham sido introduzidas mudanças na programação das emissoras públicas, no que se refere à produção de conteúdos que comecem a explorar as funcionalidades da TV digital. Dentre os desafios a serem enfrentados na construção de um modelo de televisão para o campo público estão a oferta de novos conteúdos que explorem as potencialidades proporcionadas pela digitalização, a exemplo da interatividade, além de buscar meios de promover a convergência com outras plataformas como internet e celulares.

Esse cenário motivou a realização de pesquisas que resultaram na produção deste relatório técnico-científico, o qual apresenta um pré-projeto e proposta de guia de conteúdos destinados à produção de uma série de interprogramas para emissoras de televisão públicas, abordando as transformações no modo de o telespectador se relacionar com a tevê, motivadas pelo advento da tecnologia digital.

A questão principal que este trabalho levanta e que a série de interprogramas vai tentar responder, quando de sua produção, é: como informar, introduzir, explicar o tema digitalização aos telespectadores, fazendo-os ter maior familiaridade com novos formatos e linguagens nunca antes experimentados na tevê brasileira e que permitem ao público atitudes menos passivas em frente ao aparelho de TV ?

Todas estas preocupações que nortearam a pesquisa estão em sintonia com os objetivos que justificaram a criação e implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T). Isto porque o SBTVD-T (2003) estabelece que a transição para o modelo de televisão digital é mais que a substituição de uma tecnologia por outra, devendo, entre outras finalidades, oferecer condições para que os cidadãos usufruam, adequadamente, os novos serviços, social e culturalmente.

A introdução do tema digitalização em canais públicos, através de uma série de interprogramas, pode se constituir em uma das iniciativas objetivando atender uma necessidade social por informação nessa área, tornando os cidadãos mais conscientes

sobre as novas possibilidades que a tecnologia proporciona e mais aptos a interagirem e aproveitar os seus potenciais recursos.

A produção da série de interprogramas objetiva, também, contribuir para a formação de profissionais de comunicação social sobre os aspectos que envolvem o tema digitalização, visto que para as categorias deste segmento se apresenta um novo e inevitável cenário, caracterizado pela necessidade de produzir conteúdos mais interativos, em formatos que fogem à lógica tradicional à qual estão habituados (VILCHES, 2003). Por outro lado, a presente pesquisa, bem como a produção e exibição da série, podem subsidiar novos estudos nessa área, visto que as Ciências da Comunicação estão ainda em descompasso com o ritmo das transformações em curso. Hoje, pesquisadores do campo da comunicação devem realizar estudos que apresentem respostas à sociedade sobre as mudanças ensejadas pela digitalização, respondendo às demandas sociais por informação nessa área, principalmente no que concerne à formação dos profissionais de comunicação, que atuam em um mercado que passa a exigir, cada vez mais, uma fusão de competências para lidar com as novas tecnologias (BOLAÑO E BRITTOS, 2007).

Na construção deste relatório técnico-científico foram realizadas consultas bibliográficas na literatura existente sobre os temas “TV digital” e “Novas tecnologias”, estando, entre os autores, Jenkins (2009), Cruz (2009), Cannito (2010), Teixeira (2009), Becker e Montez (2005), Crocomo (2007). Do mesmo modo, foram consultados teóricos que abordam os temas “Finalidades pedagógicas da televisão” e “Histórico, evolução e contexto atual das tevês do campo público”, visando construir um quadro referencial que fundamentasse os objetivos da pesquisa. Autores como Tornero (1994) e Kellison (2007) foram fundamentais para uma compreensão mais aprofundada sobre as fases de criação e produção televisiva, assim como na definição das idéias estruturantes da proposta de guia de conteúdos para a série de interprogramas.

Além do referencial teórico, no qual ressalta-se, também, as publicações do grupo Intervozes, recorreu-se a diversas experiências decorrentes da participação em eventos, em nível local, regional e nacional, que discutiram vários aspectos da democratização da comunicação social, bem como os cenários e desafios que envolvem a conjuntura atual das emissoras do campo público, com ênfase para a

digitalização. Nesse sentido, destaca-se informações coletadas na “I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom)” e também nas conferências regionais e municipais, o “II Fórum Nacional de Televisões Públicas”, além da legislação que criou a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e instituiu o SBTVD-T. A observação da realidade aliada às informações e conhecimentos obtidos em disciplinas do Mestrado em TV Digital também contribuíram para alicerçar este trabalho.

Dentre outras fontes de relevância ressalta-se a experiência de coordenação do “I Fórum Paraibano de TVs Públicas na era digital”, que resultou na publicação de um livro, e a participação em oficinas realizadas pelo Laboratório de Aplicações de Vídeo Digital da UFPB (Lavid), durante as quais se pode acompanhar o desenvolvimento de roteiros interativos desenvolvidos nas regiões Norte e Nordeste para o Programa Laboratório de Experimentação e Pesquisa em Tecnologias Audiovisuais (XPTA.Lab), do Ministério da Cultura, e que compõem a proposta da série de interprogramas.

2 RELATÓRIO TÉCNICO-CIENTÍFICO

2.1 DADOS GERAIS DO PROJETO

Mestranda:

Diolinda Madrilena Feitosa Silva

Área de Concentração:

Comunicação, Informação e Educação em Televisão Digital

Linha de Pesquisa:

Gestão da Informação e Comunicação para Televisão Digital

Orientadora: Professora Doutora Maria Cristina Gobbi

Título do Projeto: BÊ-A-BÁ DA TV DIGITAL: PROPOSTA DE PRODUÇÃO DE INTERPROGRAMAS PARA CANAIS PÚBLICOS

Período de Execução Física: 02 de janeiro de 2010 a 31 de janeiro de 2011.

Grande Área do Conhecimento (usar nomenclatura do CNPq): Ciências Sociais Aplicadas – 6.00.00.00-7

Valor total do projeto: R\$ 79.592,00

Apresentamos, a seguir, alguns prognósticos quanto à equipe e aos valores que poderiam ser pagos, em valores de janeiro de 2011. Todos os profissionais envolvidos não estão elencados nesta proposta de orçamento, sendo listados apenas aqueles que a TV UFPB não dispõe em seu quadro e que terão de ser contratados. O orçamento previsto para os profissionais de diversas áreas não foi definido segundo uma tabela nacional de cada categoria, mas com base em valores pagos no mercado local, podendo ser redimensionado quando da finalização do projeto para a produção

dos interprogramas.

Os equipamentos, aqui incluídos, também não serão disponibilizados pela TV UFPB. A proposta é apresentada levando em conta que a série de interprogramas terá teledramaturgia em seu roteiro, além de contar com apresentador, profissional para realizar entrevistas, podendo, também, trabalhar com recursos próprios da estrutura do telejornalismo (off, passagem e sonoras). A participação de equipe da TV Brasil também não foi incluída nesta previsão orçamentária.

AUXÍLIO FINANCEIRO A ESTUDANTE

- 08 (oito) Alunos do curso de Artes Cênicas da UFPB – R\$ 9.600,00
- 02 (dois) Alunos do curso de Informática, lotados no Lavid /UFPB – R\$ 2.400,00
- 02 (dois) Alunos do curso de Comunicação Social da UFPB – R\$ 2.400,00

MATERIAL DE CONSUMO

- Material para confecção de figurinos – R\$ 1.000,00
- Material para confecção de cenários – R\$ 1.500,00
- Kit completo para maquiagem – R\$ 400,00
- Fitas DV Cam – R\$ 750,00
- Fitas Mini DV Cam – R\$ 100,00
- DVDs com capa para cópias e distribuição – R\$ 500,00

OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA FÍSICA (INCLUINDO OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS E CONTRIBUTIVAS)

- 01 (um) Profissional para criação e confecção de figurinos – R\$ 5.000,00
- 01 (um) Profissional para criação e confecção de cenários – R\$ 5.000,00
- 01 (um) Maquiador profissional para o elenco – R\$ 5.000,00
- 01 (um) Roteirista profissional para a série de interprogramas – R\$ 10.000,00
- 01 (um) Editor para a série de interprogramas – R\$ 8.000,00
- 01 (um) Videografista responsável pela identidade visual dos interprogramas – R\$ 8.000,00

OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA

- Impressão gráfica para os DVDs que reproduzem os interprogramas – R\$ 300,00
- Impressão de cartazes para divulgação dos interprogramas – R\$ 1.130,00
- Impressão de convites para o lançamento dos interprogramas – R\$ 500,00
- Coquetel de lançamento da série de interprogramas – R\$ 7.200,00

EQUIPAMENTOS E MATERIAL PERMANENTE

- 01 (um) Microfone Shot Gun – R\$ 5.000,00
- 01 (um) Microfone de lapela sem fio – R\$ 2.000,00

CUSTO OPERACIONAL

- Execução do projeto:
 - Material de expediente – R\$ 312,00;
 - Publicações de contratos – R\$ 500,00;
 - Horas de trabalho de profissionais envolvidos na gestão administrativa e financeira do projeto, bem como para processos licitatórios e prestação de contas – R\$ 3.000,00

CUSTO TOTAL: R\$ 79.592,00

Bolsas – Financiamentos – Convênios e Parcerias:

Para viabilizar a série de interprogramas, a TV UFPB não pode prescindir da parceria com a TV Brasil, da qual é esperado o apoio, através da cessão de profissionais do corpo técnico qualificado, assim como auxílio financeiro para aquisição de equipamentos.

Como fonte de financiamento alternativa há a possibilidade de buscar apoio cultural em empresas públicas, na iniciativa privada e também em órgãos da administração federal, assim como no âmbito estadual e municipal. Essa captação de recursos é possibilitada através do contrato de concessão do canal de radiodifusão pública, estabelecido entre a UFPB e a TV Brasil. O estímulo ao financiamento próprio das emissoras integradas à Rede Nacional de Comunicação Pública/Televisão (RNCP/TV) está previsto na Lei 11.652, que criou a EBC, em 2008. Ao ampliar as possibilidades de obtenção de recursos para as produções televisivas, diminuindo a dependência dos cofres públicos, a EBC diversifica e amplia a programação regional,

valorizando as identidades culturais.

Os recursos oriundos de fontes externas à UFPB serão utilizados para a compra de equipamentos, pagamento de técnicos especializados e estagiários dos cursos de Teatro, Informática e Comunicação Social da UFPB.

Instituições participantes: TV BRASIL E UFPB (TV UFPB E LAVID).

A proposta da série BÊ-A-BÁ DA TV DIGITAL: PROPOSTA DE PRODUÇÃO DE INTERPROGRAMAS PARA CANAIS PÚBLICOS foi concebida para ser realizada em co-produção entre a TV Brasil e a TV UFPB, a emissora da Universidade Federal da Paraíba, integrada ao Pólo Multimídia da instituição, em parceria com o Laboratório de Aplicações de Vídeo Digital da UFPB (Lavid). A seguir, apresentamos o perfil da TV Brasil e da UFPB (TV UFPB), demonstrando a capacidade para a realização do projeto.

Perfil institucional da UFPB:

A UFPB, instituição pública de ensino superior vinculada ao Ministério Educação, tem como objetivo promover o desenvolvimento socioeconômico da Paraíba, do Nordeste e do Brasil. Para tanto, propõe-se, na sua área de competência, a empreender ações visando aos seguintes resultados:

- formar profissionais nos níveis de ensino fundamental, médio, superior e de pós-graduação;
- realizar atividades de pesquisa e de extensão;
- pautar as suas atividades acadêmicas pela busca do progresso da cultura, ciências, letras e artes.

Missão e visão da UFPB:

A Missão da UFPB está definida como se segue:

Integrada à sociedade, promover o progresso científico, tecnológico, cultural e socioeconômico local, regional e nacional, através das atividades de ensino, pesquisa e extensão, atrelado ao desenvolvimento sustentável e ampliando o exercício da cidadania (PDI /UFPB, 2009-2012).

A Visão da UFPB, para o triênio 2009-2012, representa um estado futuro desejável e um eixo norteador para o alcance de sua missão institucional. Encontrando-se delimitada da seguinte forma:

Uma universidade líder no processo de desenvolvimento tecnológico, científico, cultural e sócio-econômico no âmbito local, e referência regional e nacional com relevante inserção internacional, caracterizada por avançadas formas de gestão e organização acadêmico-administrativas (PDI/UFPB, 2009-2012).

O Pólo Multimídia da UFPB e a TV UFPB

Em 2005, a UFPB ampliou suas ações de comunicação social com a criação do Pólo Multimídia, que coordena a TV UFPB, o Núcleo de Documentação Cinematográfica (Nudoc), O Laboratório de Desenvolvimento de Materiais Instrucionais (LDMI), o Núcleo de Produção Digital (NPD), a Gráfica e Editora Universitária, um informativo mensal, com tiragem de 10 mil exemplares, além do portal www.ufpb.br, que conta com uma agência de notícias, apresentando-se como um dos três mais visitados do estado, segundo dados do site www.alexa.com. O Pólo Multimídia promove a integração da política de comunicação da instituição, realizando atividades de editoração, produção audiovisual e novas mídias, visando fortalecer a imagem da UFPB como uma instituição provedora do progresso científico, tecnológico, cultural e socioeconômico da Paraíba e de todo o país.

Gestão da Comunicação

A concepção de que a comunicação social forma a cultura prevalece na gestão da comunicação da Universidade, considerando que a cultura organizacional é mediada e se realiza através da comunicação. Afinal, ela dá sentido às ações organizacionais e, mais que isso, promove o desenvolvimento da instituição.

De um modo geral, pode-se dizer que a concepção de que a comunicação forma cultura e gera significados deve prevalecer, no caso da UFPB, seja na comunicação administrativa, interna ou institucional. Esta é uma concepção que tem respaldo junto aos estudos da comunicação organizacional, aos autores da era digital e das transformações sociais, que têm se reportado à comunicação sempre ligada à cultura. Visão essa que abre caminho para a comunicação se tornar estratégica em qualquer sistema organizacional.

A TV UFPB está iniciando uma das fases mais profícuas, desde a sua implantação, pois se prepara para funcionar em canal aberto (Canal 43), no início de 2011, passando a transmitir a programação da TV Brasil (Contrato EBC/SUREDE – Nº 027/2010), a maior rede pública de tevê do país, presente em todos os estados da federação, constituindo, assim, um espaço privilegiado para a difusão da cultura paraibana em nível regional e nacional, além da possibilidade de intercâmbio da nossa produção audiovisual com a programação de outras regiões.

É nesse cenário que a TV UFPB está ampliando a oferta de programas locais, dentre os quais se destaca “Ciência Aberta”, que objetiva popularizar a produção científica e tecnológica da UFPB e revelar o chamado saber popular, estabelecendo uma ponte entre a pesquisa científica e a experiência popular, buscando promover o diálogo entre diferentes saberes, desmistificando ou confirmando o conhecimento popular já difundido. Outros programas, em fase adiantada de produção, são “De Portas Abertas”, que levará aos telespectadores informações sobre todos os serviços e atividades de extensão voltadas à comunidade, e “Curta Olhar Paraíba”, que vai dar visibilidade a toda produção ficcional e documental de cineastas paraibanos.

No primeiro semestre de 2010, o projeto “De Portas Abertas”, um programa

concebido pela equipe do Pólo Multimídia da UFPB, foi contemplado com o edital ProExt 2010, do Ministério da Educação, que financiará a produção de uma série de 30 programas, destinados à exibição na TV UFPB.

A TV UFPB também está atuando no sentido de funcionar como um setor estratégico e dinâmico para o fortalecimento e consolidação da cadeia produtiva do audiovisual na Paraíba. Através do seu Núcleo de Produção Digital (NPD), está capacitando estudantes e jovens produtores independentes, propiciando oportunidades de inclusão social, em particular para jovens e minorias, que podem realizar suas atividades e contribuir para o desenvolvimento de conteúdo audiovisual. A TV UFPB e as demais TVs públicas parceiras são os canais para veiculação dessa produção regional.

Em seu quadro de recursos humanos possui profissionais capacitados para as demandas da área de operações técnicas e de engenharia de TV, além de editores, produtores, repórteres e toda a cadeia de jornalismo, com experiência reconhecida, através das produções para a TV UFPB, onde estão lotados. O canal conta, também, com pessoal capacitado para a área de teledramaturgia, dentre eles um diretor de cena e mais aqueles com larga experiência em roteirização, direção e produção de obras ficcionais e documentários.

Antes de firmar parceria com a TV Brasil, a TV UFPB transmitiu, por cinco anos, através do canal 22 da BIG TV, a programação do Canal Futura, emissora da Fundação Roberto Marinho, referência nacional e internacional em programação educativa e cidadã. Através dessa parceria, foram produzidas reportagens sobre diversos aspectos da nossa cultura regional para o telejornal Futura, que foram ao ar, de segunda a sexta-feira, em duas edições diárias.

Essa associação com o canal educativo também possibilitou a jovens estudantes de Comunicação Social da UFPB participarem do projeto Geração Futura, através do qual alunos conheceram as rotinas de produção da emissora, no Rio de Janeiro, e participaram de oficinas, visando a produção de vídeos.

Perfis da EBC e TV Brasil

A TV Brasil, conforme a filosofia que deu origem a sua implantação, veio atender à antiga aspiração da sociedade brasileira por uma televisão pública nacional, independente e democrática, propósito que é ressaltado no site www.tvbrasil.org.br/sobretv. Sua finalidade é complementar e ampliar a oferta de conteúdos, oferecendo uma programação de natureza informativa, cultural, artística, científica e formadora da cidadania.

Criada em dezembro de 2007, a TV Brasil é gerida pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC), entidade também responsável pela Agência Brasil, Radioagência Nacional, TV Brasil Internacional, Rádios MEC AM e FM, além das Rádios Nacional do Rio de Janeiro, AM e FM de Brasília, da Amazônia e do Alto Solimões.

A partir da criação da EBC, as emissoras públicas universitárias e canais estaduais passam por um processo de mudança em seu posicionamento, tendo em vista que grande parte está realizando convênios para a transmissão em sinal aberto da programação da TV Brasil e, dessa forma, pavimentando o caminho para maior visibilidade da cultura regional em grade nacional.

De acordo com a proposta inicial da nova rede pública de tevê, quatro horas da programação diária seriam dedicadas à cabeça de rede, produzidas pela TV Brasil, e outras quatro horas às “praças”, além de também incluir duas horas de programas com conteúdos voltados para o público infanto-juvenil.

O modelo de rede que ora está em construção prevê que as associadas poderão receber apoio financeiro e estrutural para melhorar sua produção e parques de transmissão na migração para o sistema de transmissão digital, uma prerrogativa que beneficia as emissoras associadas, a exemplo da TV UFPB.

De acordo com estudo realizado pelo grupo Intervenções (2009), a EBC enfrenta desafios para consolidação de sua identidade, ampliação de sua oferta em todo território nacional e a constituição de processos que garantam seu efetivo caráter público. A TV Brasil introduziu, paulatinamente, nos dois últimos anos, uma gama de novas atrações no campo do jornalismo, trazendo séries sobre a realidade de outros

continentes, além de programas culturais, divulgação de documentários e ficção oriundos da produção independente.

Esse fomento à produção independente caracteriza o começo de um processo de descentralização da produção de conteúdo, que ganhou novos contornos, principalmente a partir de 2009, acabando por ter impacto relevante na diversificação da programação da TV Brasil, fato que é constatado atualmente.

A política de fomento a interprogramas

A política da EBC para interprogramas está prevista na Norma Nº 603, que regulamentou a formação da Rede Nacional de Comunicação Pública/ Televisão - RNCP/TV. O artigo 15 estabelece que a política de publicidade institucional, de apoio cultural, de intervalos, de interprogramas, de captação e repasses na programação nacional terá, como objetivo e fundamento, o estímulo ao financiamento próprio das TVs integrantes da Rede, sendo seu regramento estipulado de acordo com os princípios da horizontalidade e da economia do conteúdo, com vistas à redução das assimetrias entre as emissoras e à valorização do aportador de conteúdos.

As seções III e IV, do Capítulo IV da RNCP/TV, são mais específicas na abordagem sobre os espaços que os interprogramas devem ocupar na grade nacional e também das emissoras afiliadas. O artigo 23, da Seção III, prevê que a EBC praticará, na programação de Rede, intervalos e interprogramas com, no máximo, três minutos de duração.

Já a Seção IV é totalmente dedicada aos interprogramas e estabelece:

“Art. 24. Os interprogramas terão, preferencialmente, até três minutos.

Art. 25. Serão entendidos, como interprogramas da Rede, aqueles que fizerem a ligação de programa de Rede com outro de Rede; e de programa de Rede com programa local.

Art. 26. Fazem parte dos interprogramas:

I- as chamadas (locais/nacionais);

II - a publicidade institucional (local/nacional); e

III - a comunicação social das emissoras.

Art. 27. Nos espaços reservados para inserção local nos interprogramas, cada integrante da Rede disporá deles da maneira que lhes for conveniente.

Art. 28. Os interprogramas, preferencialmente, serão inseridos próximos dos chamados horários “cheios”.

Art. 29. A parte nacional dos interprogramas poderá recepcionar conteúdos na forma de programetes (“pílulas”).

§1º. Os programetes devem caracterizar estética e conceitualmente os intervalos da Rede e inicialmente serão de competência exclusiva da EBC.

§2º. A Diretoria-Executiva da EBC regulamentará a descentralização para a produção dos programetes da Rede.

Art. 30. Quando for de interesse da EBC, com anuência dos integrantes da Rede, as “pílulas” deverão ser veiculadas como conteúdos constitutivos dos horários de transmissão simultânea.

Art. 31. As “pílulas” não ultrapassarão o limite de 1’30”, vinheta a vinheta. Quando forem menores que a duração máxima prevista, elas deverão ter 30” ou 60” – para se ajustarem ao tempo-padrão de chamadas e publicidades institucionais.

Art. 32. As “pílulas” poderão carregar até dois apoiadores culturais, que terão sua chancela na abertura e encerramento da peça.

Art. 33. Para efeito de captação de apoiadores culturais, repasses e retenções, valem as mesmas regras aplicadas aos programas com tempo *standard* de 30 ou 60 minutos.

Art. 34. As emissoras integrantes da RNCP/TV receberão a cada veiculação de uma “pílula” sua parte do equivalente a uma inserção de publicidade institucional avulsa.

Art. 35. Quando as “pílulas” não carregarem apoios culturais ou estes cobrirem exclusivamente os custos de produção, não haverá repasses pela veiculação”.

Caracterização da Pesquisa:

PTCBAC- Pesquisa Técnico-científica com base acadêmica, visando o avanço do conhecimento sobre o tema em estudo.

PTCBP – Pesquisa Técnico-científica com base políticas públicas, para o avanço do conhecimento, com potencial para contribuir em políticas públicas.

Caracterização da pesquisa com uma breve justificativa para enquadramento:

A série de interprogramas, concebida para veiculação em canais públicos, busca introduzir, explicar as potencialidades e funcionalidades da TV digital com uma linguagem objetiva e clara, de fácil compreensão, tornando os usuários mais conscientes sobre as novas formas de interação com a tevê e outras plataformas. O cenário atual de convergência midiática, que integra a internet, a TV e também as telecomunicações, aponta para um crescimento exponencial da demanda por conteúdos, mas, conforme ressalta Castro (2008), há o risco de ampliação do que a autora denomina “brecha digital”, caso as pessoas não aprendam a lidar com as tecnologias disponíveis em diferentes plataformas ou não compreendam a nova linguagem digital.

Castro (2008), em pesquisa sobre as indústrias de produção de conteúdos digitais na América Latina, conclui que essas indústrias representam mais que a identidade cultural dos seus povos e a possibilidade de gerar bens simbólicos que movem sentimentos e novos hábitos nas pessoas, através dos produtos que geram. Para a autora, as indústrias de conteúdo e a convergência digital podem ser um importante fator no desenvolvimento sustentável e na geração de políticas que colaborem para a inclusão social e digital dos latino-americanos.

Esse estudo, que envolveu 11 países, dentre eles o Brasil, concentrou-se nas indústrias culturais, de entretenimento e digitais que se utilizam das novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e da convergência digital. Castro (2008) ressalta que, apesar da concentração de meios de comunicação social nas

mãos de pequenos grupos, a América Latina representa um mercado potencial, ainda em fase de descobrimento, mas se faz necessário que os governos definam as indústrias de conteúdo e de convergência como uma aposta para o futuro. A autora considera, com base nos levantamentos realizados, que, através da implantação de políticas públicas, esse mercado poderá contribuir muito para o desenvolvimento sustentável das nações.

Conforme ressalta, para que a América Latina desenvolva suas indústrias de conteúdo e a convergência digital é necessário observar alguns aspectos que são similares nos países estudados, dentre eles o envolvimento das universidades de cada país na discussão do tema, estimulando o desenvolvimento de estudos, tanto na área de produção de conteúdos como no desenvolvimento de inovações tecnológicas.

Essa conjuntura ensejou a realização dessa pesquisa e a consequente proposta da série de interprogramas, que intenciona, através da produção de conteúdo audiovisual, contribuir para tornar os cidadãos mais conscientes sobre as novas possibilidades que a tecnologia proporciona e mais aptos a interagirem e aproveitar os seus potenciais recursos. Por se constituir em uma iniciativa que visa atender uma necessidade social por informação, incentivando o aprendizado coletivo e individual, a pesquisa pode vir a ser instrumento propulsor de novas políticas públicas de comunicação social, visto que, além de trazer em sua essência a defesa do direito à informação, propõe a utilização de canais públicos para disseminar o conhecimento produzido.

Ao oferecer conteúdos inovadores aos telespectadores que abordam as transformações tecnológicas em curso, este trabalho pode contribuir para a criação de novas linguagens no meio televisivo, assim como para a capacitação de profissionais de comunicação e áreas afins, além de fomentar a realização de pesquisas sobre essa temática, visto que a partir da inserção da tecnologia digital na TV, novas possibilidades estéticas e narrativas são incorporadas na produção e geração de conteúdos.

Em todo o processo de elaboração deste relatório técnico-científico buscou-se sintonizar os seus propósitos com os objetivos que justificaram a criação e

implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T), o qual estabelece, dentre outros princípios, que a transição para o modelo de televisão digital é mais que a substituição de uma tecnologia por outra, devendo, entre outras finalidades, oferecer condições para que os cidadãos usufruam, adequadamente, os novos serviços, social e culturalmente.

2.2 DESCRIÇÃO DO PROJETO

Tema: BÊ-A-BÁ DA TV DIGITAL: PROPOSTA DE PRODUÇÃO DE INTERPROGRAMAS PARA CANAIS PÚBLICOS

Objeto:

Elaboração de pré-projeto e de proposta de guia de conteúdos destinados à produção de uma série de interprogramas para emissoras de televisão públicas, abordando as transformações no modo de o telespectador se relacionar com a tevê, motivadas pelo advento da tecnologia digital.

Problema:

As mudanças ensejadas pela digitalização do sistema de tevê brasileiro ainda não são usufruídas pela grande maioria dos telespectadores, estando o conhecimento sobre benefícios e funcionalidades restrito a um pequeno universo de cidadãos, geralmente estudiosos do tema, profissionais e empresários do ramo de radiodifusão e pessoas das classes alta e média, com poder aquisitivo para a compra de conversores digitais.

A questão que aqui se coloca e que também está na pauta das emissoras do campo público é a seguinte: como informar, introduzir, explicar o tema digitalização aos telespectadores, fazendo-os ter maior familiaridade com novos formatos e linguagens nunca antes experimentados na tevê brasileira e que permitem ao público atitudes menos passivas em frente ao aparelho de TV ?

Mesmo dentre a parcela da população que já adquiriu conversores de sinal analógico para digital ainda impera muita desinformação sobre os recursos proporcionados pela digitalização, notadamente pela interatividade, que permite ao telespectador mudança de uma atitude passiva para a escolha, o diálogo, a ação,

abrindo muitas possibilidades para a intervenção criativa diante da TV.

A demora para a normatização do *middleware* ginga, que só aconteceu em abril de 2010, apesar de as primeiras transmissões digitais no Brasil terem ocorrido em dezembro de 2007, se constituiu em uma das razões para que as potencialidades da digitalização chegassem ainda mais tarde aos telespectadores. Isso porque os conversores e receptores de TV digital que vinham sendo comercializados até então no mercado, não traziam o *middleware* embarcado, que é um software que possibilita o recurso da interatividade, permitindo que um mesmo aplicativo seja executado em diversas marcas e modelos de equipamentos.

Hoje, poucas marcas e modelos de TV possuem a capacidade de rodar o *middleware* brasileiro, o que se constitui em um entrave para o avanço da interatividade no país, na opinião de Olímpio José Franco (2010), vice-presidente da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão (SET). Franco (2010) afirma que o fato de não haver obrigatoriedade para os fabricantes de aparelhos de tevê instalarem o ginga em seus sistemas é uma das razões para o atraso na introdução e expansão da interatividade no Brasil.

Não obstante esses aspectos, outro fator que torna mais complexa a massificação dessa tecnologia é a pouca veiculação de informações nos meios de comunicação, dentre eles a própria tevê, visando popularizar a televisão digital entre todas as camadas da sociedade, familiarizando o telespectador com os recursos por ela proporcionados. Nesse cenário, outro elemento que deve ser mencionado é o papel das emissoras do campo público de televisão que ainda estão dando os primeiros passos, visando a migração para o sistema digital, em flagrante descompasso com as redes privadas.

A criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), em 2008, inaugurou uma nova etapa com a implantação de modelos de gestão, financiamento, produção e difusão de conteúdos mais democráticos, além de instalação de retransmissoras em todo o país. Essa nova política objetiva ampliar a participação social na construção de um projeto de comunicação pública rumo à digitalização, embora não tenham sido introduzidas mudanças na programação das emissoras, no que se refere à produção

de conteúdos que comecem a explorar as funcionalidades da TV digital.

Objetivo Geral:

Apresentar um pré-projeto e uma proposta de guia de conteúdos para a produção de uma série de interprogramas para televisões públicas, visando oferecer informações “passo a passo” sobre as potencialidades e novos recursos proporcionados pela tecnologia digital, que provocam mudanças no modo de o telespectador se relacionar com a tevê, estimulando o senso crítico e formação para atitudes mais ativas frente ao meio de comunicação.

Objetivos Específicos:

- Realizar uma reflexão sobre os temas mais proeminentes no contexto das televisões do campo público, diante do processo de implantação da TV Digital no Brasil.
- Dimensionar o impacto da digitalização para esses canais, apresentando os cenários e desafios que se impõem na atual conjuntura de transição do modelo de TV analógico para o digital, que serão determinantes para a consolidação de um sistema público de televisão plural, participativo e mais independente da tutela governamental.
- Apresentar uma revisão bibliográfica sobre as finalidades pedagógicas da televisão e o processo de produção de conteúdos nesse meio de comunicação.

2.3 MATERIAL E MÉTODOS

A construção desse relatório técnico-científico é resultante de um processo iniciado a partir da observação da programação regional e nacional das televisões do campo público e também emissoras privadas, nas quais ainda há pouca oferta de informações básicas sobre as mudanças ensejadas pela digitalização, embora a legislação que instituiu o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T) estabeleça que a transição para o modelo de televisão digital é mais que a substituição de uma tecnologia por outra, devendo, entre outras finalidades, oferecer condições para que os cidadãos usufruam, adequadamente, os novos serviços, social e culturalmente.

A observação da realidade aliada às informações e conhecimentos obtidos em disciplinas do Mestrado em TV Digital também contribuíram para alicerçar este trabalho. A disciplina “Metodologia da Pesquisa em TV Digital” familiarizou-nos com os aspectos mais importantes da pesquisa em comunicação, dando contribuições valiosas para o planejamento do projeto de dissertação. Apresentou-nos informações sobre os desafios da inovação educacional com recursos da televisão e também abordou aspectos relativos à formação do telespectador, temas que são apresentados no referencial teórico deste relatório e que embasaram a sua construção, através de diversos autores.

A disciplina “Fundamentos em Sistemas de Televisão Digital” permitiu ampliar o conhecimento sobre diversos aspectos da digitalização, como modelos de negócios, produção de conteúdos para TV Digital, tecnologias e padrões de TV Digital no Brasil e no mundo, que fazem parte do referencial teórico deste relatório. Já a disciplina “Roteiros em TV Digital: Formatos e conteúdos” trabalhou as fases de produção de roteiros para a tevê digital interativa, discutindo a construção de narrativas e todos os seus elementos. Aspectos do roteiro linear e não linear ofereceram possibilidades de ter novos olhares sobre as narrativas do audiovisual, notadamente a narrativa interativa, contribuindo para futuros estudos e para a produção de conteúdos voltados à TV digital.

“Planejamento e Gestão de Conteúdos para Televisão digital” foi uma

disciplina dedicada ao estudo sobre o planejamento da gestão e da produção de conteúdos para a tevê, com ênfase para a emissora educativa. Dentre os autores adotados em sala de aula, Kellison (2007) e Tornero (1994) foram leituras fundamentais para o aprofundamento sobre as fases de criação e produção televisiva, assim como para a definição das idéias estruturantes da proposta de guia de conteúdos para a série de interprogramas.

A disciplina “Produção de Objetos do Conhecimento para EAD via Televisão Digital” permitiu algumas incursões em estudos que abordam a relação entre educação e televisão, notadamente aspectos do processo de ensino e aprendizagem pela TV, que são abordados através de autores como Fischer (2001), Magaldi (2006), Fort (2005), Mafacioli Carvalho (2006) e Orozco (2001). Tal disciplina promoveu discussões sobre critérios de qualidade para a produção de conteúdos midiáticos educacionais, sendo oferecidos diversos textos com essa temática, dentre eles “Televisions Sant Graal: Seven types of quality”, de Geoff Mulgan, que também integra a bibliografia deste relatório.

Quanto aos objetivos, a presente pesquisa é Exploratória, pois visa proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Segundo Gil (1999), a pesquisa exploratória envolve levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão. Assume, em geral, as formas de Pesquisa Bibliográfica e Estudo de Caso.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, foi realizada uma Pesquisa Bibliográfica que, segundo Gil (1999), é elaborada a partir de material já publicado, constituído, principalmente, de livros, artigos de periódicos e informações disponibilizadas na Internet. A presente pesquisa também pode ser categorizada como Documental, pois sua elaboração foi realizada a partir de materiais que não receberam tratamento analítico. Portanto, este estudo se baseia em autores novos e em outros com larga trajetória no campo da comunicação, mas também se pauta em informações recentes, coletadas em sites da internet, que ainda não se constituíram em objeto de pesquisa por estudiosos da área.

Em todas as etapas foram realizadas consultas bibliográficas na literatura existente sobre os temas “TV digital” e “Novas tecnologias”, estando, entre os autores, Jenkins (2009), Cruz (2009), Cannito (2010), Teixeira (2009), Becker e Montez (2005), Crocomo (2007). Do mesmo modo, foram consultados teóricos que abordam os temas “Finalidades pedagógicas da televisão” e “Histórico, evolução e contexto atual das tevês do campo público”, visando construir um quadro referencial que fundamentasse os objetivos da pesquisa. Neste último tema, destacamos Valente (2009), as pesquisas realizadas pelo grupo Intervozes, informações coletadas na I Conferência Nacional de Comunicação e também nas conferências regionais e municipais, o II Fórum Nacional de Televisões Públicas, além da legislação que criou a EBC e instituiu o SBTVD-T.

Quanto à forma de abordagem do problema, trabalhou-se com o tipo de Pesquisa Qualitativa, conceituada por Godoy (1995) como aquela que não procura enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise dos dados. Envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo.

Para subsidiar essa pesquisa, recorreu-se a diversas experiências decorrentes da participação em eventos, em nível local, regional e nacional, que discutiram vários aspectos da democratização da comunicação social, bem como os cenários e desafios que envolvem a conjuntura atual das emissoras do campo público, com ênfase para a digitalização. Entrevistas com participantes desse processo foram realizadas, visando o conhecimento mais aprofundado da temática.

Nesse aspecto, foi fundamental a participação em três oficinas realizadas pelo Laboratório de Aplicações de Vídeo Digital da UFPB (Lavid), no campus da UFPB, em João Pessoa, e na Unifor, em Fortaleza, através das quais se pode acompanhar o desenvolvimento de roteiros interativos desenvolvidos nas regiões Norte e Nordeste para o Programa Laboratório de Experimentação e Pesquisa em Tecnologias Audiovisuais (XPTA.Lab), do Ministério da Cultura. As oficinas também facilitaram o acesso a informações sobre o sistema de transmissão digital, o funcionamento do

middleware ginga, possibilitando o conhecimento sobre conceitos e desafios da TV digital interativa, além da Estação Escola de TV Digital (VirtuaLabTV), que funciona no próprio Lavid.

As contribuições dos pesquisadores Guido Lemos de Souza Filho e Raoni Kulesza, ambos do Lavid, para a realização do I Fórum Paraibano de TVs Públicas na Era Digital, realizado na UFPB, pelo Pólo Multimídia da instituição, estão sintetizadas em livro homônimo, do qual sou uma das organizadoras, e que subsidiou a produção desse relatório. As palestras e oficinas realizadas durante o fórum se constituíram em fontes de informação para a elaboração da proposta de conteúdos para a série de interprogramas. Também, na mesma obra, estão sistematizadas propostas de vários segmentos sociais para a construção de uma programação interativa e de qualidade na televisão pública paraibana. Essas discussões, às vésperas da realização da I Conferência Nacional de Comunicação, fortaleceram o debate regional e também perpassam a construção de várias etapas deste relatório.

2.4 JUSTIFICATIVA

Dentre as principais características da televisão, destaca-se a difusão de conteúdo variado, pois, em geral, os produtos televisivos são criados para atender um público-alvo bastante diversificado. Com a chegada da televisão digital, um dos grandes desafios é identificar, mapear e desenvolver novos conteúdos interativos com a intenção de trazer melhores oportunidades de aprendizagem, principalmente nas TVs públicas, a partir das novas experiências dos telespectadores com a mídia.

No aspecto da aprendizagem vale ressaltar como a inserção das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) vem revolucionando a Educação a Distância (EAD) no Brasil, transformando a noção de tempo e de espaço no ensino-aprendizagem, rompendo o modelo tradicional e promovendo a ampla distribuição de conteúdos mais instrucionais, voltados para a democratização do acesso à informação e ao conhecimento.

No cenário atual, a interatividade é um aspecto por demais relevante na criação de novos paradigmas para o uso da televisão. A interatividade potencializa o processo dialógico da tevê, transformando a transmissão massificada e unidirecional em uma comunicação bidirecional, com base em preferências individuais e na personalização da programação. A digitalização muda a tradicional logística do conteúdo televisivo, baseada na tríade formada pela produção, distribuição e consumo (CESAR e CHORIANOPOULOS, 2008). Segundo esses autores, no caso da televisão digital interativa, uma nova tríade é formada, baseada na criação, compartilhamento e controle. Isto porque o consumidor do conteúdo pode se tornar também um gerador e transmissor, participando, assim, de todo o processo, ao invés de se estabelecer somente como um mero espectador.

A transição para o modelo de televisão digital é mais que a substituição de uma tecnologia por outra, devendo, entre outras finalidades, oferecer condições para que os cidadãos usufruam, adequadamente, os novos serviços, social e culturalmente. Isto porque a inclusão digital esteve entre os objetivos que nortearam e justificaram a implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD-T).

A produção de uma série de interprogramas introduzindo o tema

digitalização na programação de canais públicos, pode se constituir em uma das iniciativas objetivando atender uma necessidade social por informação nessa área, tornando os cidadãos mais conscientes sobre as novas possibilidades que a tecnologia proporciona e mais aptos a interagirem e aproveitar os seus potenciais recursos.

O objeto dessa dissertação vai ao encontro dos princípios norteadores do SBTVD-T, o qual, através do Decreto 4.901 de 26 de novembro de 2003, prevê que esse sistema deve promover a inclusão social, a diversidade cultural do país e a língua pátria, por meio do acesso à tecnologia digital, visando a democratização da informação. O mesmo decreto também prevê que o SBTVD-T deve propiciar a criação de rede universal de educação a distância; deve estimular a pesquisa e o desenvolvimento, promovendo a expansão de tecnologias brasileiras e da indústria nacional relacionadas à tecnologia de informação e comunicação, além de contribuir para a convergência tecnológica e empresarial dos serviços de comunicações.

Mobilizações nacionais capitaneadas por setores governamentais e diversas organizações da sociedade civil, especialmente aquelas que lutam pela democratização da comunicação no país, defendem a conquista de um campo público de TV editorialmente independente, que estimule a formação crítica do indivíduo para o exercício da cidadania e da democracia. Essa posição foi voz corrente em eventos importantes, como o II Fórum Nacional de TVs Públicas e a I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), ambos realizados em 2009, e nos quais também foi reforçada a preocupação com a necessidade de as emissoras públicas de tevê oferecerem conteúdos à população no ambiente digital. O entendimento é de que a digitalização amplia a transmissão e recepção de conteúdos, colaborando para a construção da cidadania no país.

Um dos desafios a serem enfrentados na definição de um novo modelo de televisão para o campo público são as mudanças que devem ser introduzidas na programação das emissoras, no tocante à produção de conteúdos, de modo a tornar o telespectador consciente sobre as potencialidades proporcionadas pela digitalização, a exemplo da interatividade, além de buscar meios de promover a convergência com outras plataformas como internet e celulares.

A proposta de relatório técnico-científico, que ora se apresenta, caminha no sentido de buscar responder a uma demanda social por informações básicas sobre esse processo de migração para o sistema digital. No cenário atual, uma das questões com as quais as emissoras públicas têm se debatido é como explicar, informar, introduzir o tema digitalização entre os telespectadores, fazendo-os ter maior familiaridade com novos formatos e linguagens nunca antes experimentados na tevê nacional, sabendo-se que a amplitude das novas tecnologias coloca-os diante de escolhas de possibilidades variadas de ação e comunicação.

Há também carência de informações em nichos profissionais, como a área de comunicação social, notadamente entre jornalistas e outros profissionais desse segmento, para os quais se aproxima um novo e inevitável cenário, caracterizado pela necessidade de produzir conteúdos mais interativos, em formatos que fogem à lógica tradicional à qual estão habituados (VILCHES, 2003).

As Ciências da Comunicação estão ainda em flagrante descompasso com o ritmo das mudanças em curso, mudanças que exigem dos profissionais do mercado e também dos pesquisadores uma formação adequada e uma fusão de competências para lidar com as novas demandas ensejadas pela digitalização (BOLAÑO E BRITTOS, 2007). A gestão e a produção de conteúdos para TV mudam, em muitos aspectos, e a pesquisa científica deve responder a esse desafio, propondo soluções, informando e antecipando cenários, a exemplo do que esta dissertação ambiciona, na medida em que busca inserir o tema no dia a dia desses profissionais e cidadãos, em geral, através de um veículo de massa como a tevê.

Assim é que a proposta de conteúdo para a produção de uma série de interprogramas para as tevês públicas vai, por exemplo, não apenas traduzir o que é a TV digital, explicando porque o padrão de imagem muda, o que é interatividade, mas também propor exemplos práticos de interatividade, através de aplicativos desenvolvidos para a TV digital por importantes laboratórios da região Nordeste, com tradição e renome na produção de softwares para atender às demandas nacionais.

2.5 RESULTADOS OBTIDOS

A elaboração deste relatório é resultado de uma trajetória de dois anos de atividades relacionadas ao mestrado em TV digital da Faac-Unesp, que permitiram melhorias no perfil profissional, graças a estudos e pesquisas voltados à temática da televisão, especialmente à TV digital. O convívio acadêmico possibilitou uma dinâmica, ainda em construção no país e característica do mestrado profissional, que permite que o aluno, no exercício da profissão, traga seu aprendizado prático, suas preocupações e descobertas para a sala de aula, retornando com novos conhecimentos para utilização no mercado de trabalho. Pelo ineditismo que esta proposta de série de interprogramas apresenta, a sua produção se constituirá em formação prática das teorias estudadas.

A interação entre essas diferentes experiências estão materializadas neste relatório técnico-científico que, através da proposta da série de interprogramas - resultante de longos meses de pesquisa, atividade profissional e vivência em debates sobre a democratização da comunicação -, objetiva possibilitar a inserção de novos conteúdos informativos e interativos na grade das emissoras públicas, à serviço da inclusão e alfabetização digital. As novas possibilidades interativas da televisão digital, notadamente a multiprogramação e interatividade, possuem um potencial inclusivo inédito no meio televisivo, sobretudo se explorado pela televisão digital pública.

A proposta de exibição dos conteúdos desta série de interprogramas na tevê pública analógica e em outras plataformas, como a internet, promovendo a convergência midiática, vai potencializar a relação interativa do telespectador, estimulando o acesso à informação, a produção do conhecimento, impulsionando o processo educacional no país. Embora a série se restrinja a apresentar as funcionalidades e potencialidades da TV digital, sem, no entanto, promover a interatividade, já que será exibida em canais de transmissão analógica, a perspectiva é no sentido de que a audiência conheça todos os recursos que a digitalização proporciona e esteja mais apta a interagir e aproveitar os seus potenciais recursos.

O potencial inclusivo da tevê digital aliado à prática da regionalização da produção e experimentação de novos formatos e conteúdos proporcionará a

participação da audiência em diferentes níveis, o que poderá causar impactos diretos na circulação da informação, principalmente nos setores excluídos da sociedade, com a pluralidade necessária para retratar o seu povo e promover a reflexão de seus telespectadores.

O trabalho promoveu uma discussão sobre as tecnologias da informação e do conhecimento e sua relação com a comunicação e a sociedade e intenciona contribuir para a realização de pesquisas, no âmbito das universidades, sobre a receptividade dos telespectadores a essas novas linguagens, tanto por estudiosos do campo da comunicação, como por pesquisadores das áreas de educação e tecnologia. Ao acompanhar as formas de recepção e de aprendizagem dos telespectadores, durante a exibição da série, cientistas terão novos elementos para compreender as demandas sociais, nesse segmento, e, dentro de suas áreas de competência, proporem novas políticas sociais.

Ao ser exibida nas grades de programação da TV UFPB, TV Brasil e afiliadas, no site da UFPB e em salas de aula por professores, a série pode começar a fomentar a pluralidade de produções audiovisuais em comunidades e também no ambiente escolar, na medida em que torna esse público mais consciente sobre as potencialidades da tevê que está em expansão no país, assim como as inúmeras possibilidades de exploração desse meio. A série de interprogramas, dependendo do uso que se faça dela, em sala de aula ou em outros espaços, pode se converter em uma forma de produzir novos olhares sobre a televisão, apresentando novas facetas que a torne mais plural, rica em conteúdo e atrativa.

A tecnologia de tevê digital proporciona um leque de possibilidades para a geração de programas e aplicações na televisão. A inclusão de estudantes de Comunicação Social (Radio e TV), Artes Cênicas e de Informática no processo de produção da série de interprogramas deverá contribuir para a formação profissional e também é fator motivacional para que as experiências sejam replicadas no meio universitário e também em outras instâncias da sociedade, através da produção de conteúdos audiovisuais interativos.

Outra finalidade da série é permitir que os profissionais da TV UFPB e TV

Brasil absorvidos no projeto possam expandir, em suas áreas de atuação, as experiências adquiridas na produção dos interprogramas, através de novas criações, dentro dessa temática, que sirvam para disseminar mais informações sobre as potencialidades da digitalização e contribuir para o fortalecimento das indústrias criativas de conteúdos digitais. Quanto mais os profissionais de comunicação e outros segmentos engajados na produção audiovisual conhecem as possibilidades que a digitalização proporciona, mais é possível gerar programas interativos com formatos inovadores e modelos de negócios em tevê.

2.6 PRÉ-PROJETO PARA A SÉRIE DE INTERPROGRAMAS

2.6.1 Experiências de interprogramas em TVs públicas:

Os interprogramas já fazem parte da história de canais públicos de veiculação nacional, como a TV Cultura de São Paulo e também TV Brasil, que, não obstante tenha sido criada há apenas três anos, conta, em seu núcleo de produção, com experientes roteiristas, como Clarissa Ramalho e Ricardo Miranda, profissionais remanescentes da extinta TVE do Rio de Janeiro, incorporada ao pool de emissoras dirigidas pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC).

Entre 2009 e 2010, a TV Brasil, para a qual a proposta de série está destinada, produziu e exibiu diversos interprogramas, um formato que ganha cada vez mais espaço na grade de programação. Nesse período, os interprogramas foram apresentados nos intervalos entre o final de um programa e começo de outro. Dentre eles, a série “Gentileza Urbana”, dividida em cinco filmes de um minuto cada, e que teve por finalidade estimular a gentileza e a cordialidade no dia a dia do cidadão.

Em “Gentileza urbana”, a equipe da TV Brasil optou por trabalhar o formato de dramaturgia por atores circenses que, com bom humor, atuam surpreendendo pessoas no momento em que estão agindo de maneira errada e pensam que ninguém as vê. Produziu os temas faixa de pedestre x monociclista, latinhas fora do lixo x malabarista, chicletes grudados x mágico, cocô de cachorro x palhaço, xixi na rua x perna de pau.

Outros exemplos são as séries “Rituais da Fé”, que abordam as religiões budista, judaica, cristã, pentecostal, místicas, os ateus agnósticos e islâmica, além de “Eu curto esse som”, mostrando que música não tem idade, sexo e nem distinção de classe social. Também “Carnaval”, “Mulheres”, “Brasília 50 anos”, “Outono - inverno” e “Olimpíadas”.

A série “Verão” trouxe uma continuidade dos interprogramas sazonais temáticos. “Todo dia é dia de meio ambiente” levanta questões de conscientização sobre desperdício de energia, reaproveitamento de água, reciclagem de lixo. A diversidade de temas que esse formato de programa abrange pode ser constatada

também pela série “Cordel Ortográfico”, que aborda as mudanças ocorridas na ortografia da língua portuguesa, tendo como pano de fundo a literatura de cordel.

Esse sentido de abrangência é reforçado pelo gerente do Núcleo de Produção de Interprogramas da emissora, Ricardo Miranda, em notícia divulgada na página eletrônica da TV Brasil (www.tvbrasil.org.br), no dia 05 de novembro de 2009. Para Ricardo Miranda (2009), qualquer tema pode virar um interprograma, porque, pelas suas características educativa e de informação, é atemporal ou sazonal, como no caso de interprogramas que são produzidos sobre as estações do ano.

No mesmo informe divulgado no site da TV Brasil, ao abordar a série que trata da restauração do Theatro Municipal do Rio de Janeiro, Clarissa Ramalho (2009), roteirista de interprogramas, afirma que “a idéia é contribuir com um mundo mais humano e eficiente para todos, através de uma reflexão sobre o modo como nos relacionamos com as pessoas e com os patrimônios públicos”. São, ao todo, sete vídeos, com duração de um minuto, cada episódio.

Em agosto de 2010, a EBC e o Ministério da Cultura lançaram edital destinado à produção de séries de micro-metragem em animação, no formato de interprogramas, para serem exibidas nas emissoras públicas de tevê. O objetivo do concurso foi fomentar a produção e difusão em televisão de interprogramas de animação, reforçando a parceria com a produção independente.

Foram selecionados 10 projetos de Série Temática, cada um com propostas inéditas de séries compostas por 05 interprogramas, com duração de 90 segundos, cada um, do gênero animação, com abordagem nas temáticas “Cidadania e participação social”, “Preservação do patrimônio histórico”, “Solidariedade urbana”, “Vida saudável”, “Direitos da criança”, “Futebol”, “Poetas brasileiros”, “Cultura indígena”, “Música clássica brasileira” e “Capoeira”.

Além de fomentar a parceria da televisão pública com a produção independente, o programa tem outros objetivos, tais como:

Incentivar a produção de interprogramas de animação para a televisão no Brasil de forma regionalizada; estimular a criação de ambientes de mercado para interprogramas de animação no país e no exterior; criar um circuito nacional teledifusão de interprogramas de animação; estimular o

desenvolvimento da indústria brasileira de audiovisual a partir da sistematização de ações que visem a geração de projetos de interprogramas de animação em diversos pontos do país; e dinamizar a produção integrada entre produtores independentes no território nacional (TV BRASIL, 2010).

No que tange às produções da nova safra de interprogramas, outra iniciativa foi o lançamento pelo Minc e TV Brasil das séries para televisão “Cultura Ponto a Ponto” e “Cidades Invisíveis”. “Cultura Ponto a Ponto” é uma série sobre cidadania cultural, composta por 26 programas, de 26 minutos, cada um, e é destinada a promover o registro dos trabalhos desenvolvidos pelos Pontos de Cultura de todo o país.

Apenas o programa “Cidades Invisíveis” foi concebido para se transformar em série de interprogramas. A iniciativa interligou agentes culturais e realizadores do audiovisual das mais distintas realidades, com uma produção de 18 vídeos no formato de interprogramas (TV BRASIL, 2010).

2.6.2 A roteirização de interprogramas

Segundo o programa Geração Futura, nos interprogramas, mais vale uma boa pergunta do que uma resposta pronta, por melhor que seja (GERAÇÃO FUTURA, 2006). O programa Geração Futura, do Canal Futura, que reúne, anualmente, universitários dos cursos de Comunicação Social de todo o país, na sede da emissora, no Rio de Janeiro, orienta e estimula esse público jovem para a produção audiovisual. Em oficina voltada para a produção de interprogramas, no ano de 2006, apresentou aos participantes uma lista de aspectos que devem ser observados em todas as etapas da construção do roteiro audiovisual.

O produto audiovisual deve ser pensado sob os pontos de vista de conteúdo, abordagem, tom, adequação e viabilidade. O roteiro deve ser fechado o suficiente para não perder o foco no tema do vídeo, devendo também ser aberto o suficiente para permitir que a vida real tome seu espaço na tela (GERAÇÃO FUTURA, 2006).

Na concepção do Canal Futura, os interprogramas têm entre 01 a 03 minutos e são exibidos nos intervalos da programação, quando os telespectadores, em geral, tendem a mudar de canal ou desviar a atenção da tela para fazer outra atividade. Ao longo de sua grade de programação, os interprogramas enfocam temas, como cidadania, educação, meio ambiente e juventude.

Conteúdo- Sob o ponto de vista do conteúdo, o Canal Futura preconiza que o roteirista do interprograma deve questionar-se, no momento da criação, se um tema longo, complexo, cheio de detalhes, cabe em até três minutos. Por outro lado, um tema leve também tem de render o mesmo tempo. Além disso, o tema deve despertar a atenção e interessar a muitos telespectadores.

No trabalho de produção do roteiro nem sempre a primeira ideia é a melhor. O roteirista deve permitir-se descobrir, pesquisar, desapegar-se. O domínio do tema é enfatizado como essencial. O profissional tem de estar apto a estudar, pesquisar, ouvir diferentes opiniões sobre o tema a ser explorado, devendo, acima de tudo, saber responder para si e para os outros porque o assunto é relevante.

Abordagem- No que concerne a esse aspecto, recomenda ao roteirista perguntar-se sobre o que deve ser acrescentado à discussão, já que a temática pode ter sido explorada em livros, peças ou roteiros. Em outras palavras, como pode tratar o assunto de um jeito diferente.

A originalidade é um traço que deve perpassar o trabalho, mas o seu autor também tem que produzir levando em conta que não está escrevendo para si próprio, pois o audiovisual se destina a um veículo de massa. O exercício de roteirizar também exige que o autor tente ver as coisas sob diversos ângulos, de modo a descobrir quem vai contar a história com ele.

Na abordagem, as ideias não devem ser impostas à equipe que integra a cadeia de produção do audiovisual e nem ao telespectador.

Tom – Um questionamento que a equipe de roteiristas de interprogramas do Canal Futura faz, nesse aspecto, é “de que forma você pode contar uma história e de que maneira essa história está pedindo para ser contada” (GERAÇÃO FUTURA, 2006). Todo assunto pode ser contado de maneira inusitada.

A ousadia deve ser intrínseca ao trabalho, assim como a criatividade. O respeito ao tema deve ser preservado na abordagem, e, em se tratando de um assunto sério, não se deve forçar um tom mais humorístico. Do mesmo modo, se for banal, não se pode imprimir-lhe eloquência.

A generosidade com o público é ressaltada pela importância de se compartilharem as informações que o telespectador não conhece.

Adequação – Neste caso, o Canal Futura considera que o roteirista de um interprograma vai dialogar com três públicos. Primeiro, o próprio grupo de trabalho, que é a equipe com a qual atuará até a conclusão do vídeo. Com este grupo deve interagir, ouvindo opiniões, aceitando e discutindo idéias, sendo flexível, argumentando. Além da equipe que integra a cadeia de produção de conteúdo, o Canal Futura também elenca aqueles com funções estabelecidas na hierarquia televisiva. Esses definem diretrizes para que os conteúdos a serem exibidos tenham identidade com a filosofia da emissora. Devem, portanto, ter conhecimento sobre os projetos de interprogramas e seus objetivos.

Por último, o interprograma deve ser concebido considerando o telespectador. A peça deve ser criada para um público imaginário, criança ou jovem, por exemplo, para o qual se dirigir.

O fim e o começo – Conforme a visão de roteiro para interprograma apresentada no Geração Futura, o profissional deve dedicar-se com afinco ao começo e ao fim, pois o início é um convite ao público para embarcar na história, enquanto o fim é a recompensa pela viagem. A máxima apresentada é que quando não se sabe como terminar, não se deve começar. O fim determina o começo (GERAÇÃO FUTURA, 2006).

Outro aspecto ressaltado é o domínio que o roteirista deve ter do produto elaborado, a ponto de poder distinguir entre o que é acessório e essencial. Esta segurança pode, segundo os critérios apresentados pela equipe do Canal Futura, fazer a diferença quando um diretor ou produtor apresentarem a necessidade de alterações no roteiro para viabilizar a produção do conteúdo. O roteirista deve ter argumentos para sustentar a defesa do que for essencial.

Ao discutir a viabilidade de execução das ideias contidas no roteiro, o Canal Futura afirma que o roteirista pode propor imagens ou personagens mirabolantes, devendo ter sempre um segundo plano, mais simples e mais prático.

2.6.3 Planejamento e gestão de conteúdos para televisão

A roteirização é apenas uma das etapas da produção televisiva. Na obra **El desafío educativo de la televisión**, Tornero (1994) apresenta as fases da criação e produção para a televisão de cunho educativo e cultural.

1. Preparação de conteúdo

Elaboração do Projeto

- Tema
- Objetivos
- Destinatário
- Organização em Capítulos / Partes
- Formato
- Estilo
- Esquema de produção
- Antecedentes

1.2. Preparação da documentação

- Textual
- Visual
- Outras Fontes

1.3. Elaboração do guia de conteúdo

- Fundamentação geral do projeto.
- Descrição das informações e dos conceitos.
- Organização e Programação.
- Indicações sobre a Linguagem.
- Indicações sobre os processos cognitivos e emotivos.
- Guia das atividades que se relacionam com o programa.
- Integração em um conjunto multimídia.

2. Elaboração do roteiro (técnico e literário)

2.1. Formato

- Gêneros
- Situações Básicas

2.2. Ideias estruturantes

- Narratividade
- Argumentação
- Organização dos elementos formais
- Organização dos enunciados

2.3. Estilo

- Sintaxe
- Tempo
- Ritmos
- Estrutura das sequências

3. Produção

- Planos de produção
- Locações e cenários
- Personagens
- Recursos técnicos e humanos
- Organização

4. Programa

- Realização
- Gravação
- Edição e pós-produção
- Sonorização
- Produção dos elementos complementares

5. Uso e avaliação

- Exploração educativa: guia didático
- Avaliação:
 - do programa piloto

- da veiculação
- do documento audiovisual.

2.6.4 O projeto

Conforme Tornero (1994), o projeto de uma série para televisão educativa e cultural deve incluir as ideias essenciais, constituindo-se em uma descrição sobre o tipo de programa e a que público se destina. Duração, horário de exibição, número de programas, atores, apresentadores, diretores, além de argumentos sobre viabilidade do produto, de modo a convencer sobre a importância de se realizar a série.

A ideia pode estar focada em um tema, formato ou na função do programa. A série deve ter ideias essenciais. O projeto, segundo o autor, deve apresentar resposta a uma demanda social e deve assinalar quais são as especificidades do produto audiovisual. Uma condição apresentada como essencial, em um projeto, é que a necessidade que intenciona remediar esteja bem formulada, ou seja, corretamente exposta e bem constatada na realidade, mediante estudos prévios. Um enunciado abstrato ou demasiado vago, uma ideia muito geral ou uma vontade pouco determinada não permitem trabalhar na prática. Conforme afirma, “deve-se buscar objetivos e temas concretos, localizáveis, acessíveis à câmera” (TORNERO, 1994, p.196).

Um projeto para uma série de tevê, portanto, deve trabalhar com objetos e seres concretos, objetos fotografáveis, com uma realidade que pode ser observada pela câmera, encontrando-se, assim, uma plasmação televisiva. A finalidade é encontrar uma harmonia entre objetivos que se quer alcançar e os meios audiovisuais que se vai empregar.

Outro aspecto importante que Tornero (1994) considera no desenvolvimento de um projeto para uma tevê de cunho educativo e cultural, é que este contemple a eficácia educativa da produção, sugerindo que os objetivos de formação do público a que se destina estejam bem explicitados, desde o começo. Por essa razão, destaca que o projeto deve considerar as especificidades do meio televisivo, porque a televisão não pode e nem deve estruturar seus conteúdos como o livro o faz.

A originalidade é outro elemento enfocado pelo autor e deve perpassar o processo de elaboração do projeto, sendo necessário buscar a perspectiva e o lado menos conhecido do que se quer contar em um programa de TV. Um meio para alcançar essa originalidade é estudar o posicionamento do produto no mercado, realizando um comparativo com outras séries do gênero, que tratam do mesmo tema.

Para Tornero (1994), uma série para televisão de caráter educativo e cultural deve ser pensada com a observância de nove aspectos:

- 1- Que necessidade vai responder;
- 2- O tema geral deve dar coerência e unidade a todos os capítulos da série;
- 3- Distribuir o tema geral em subtemas e estes em capítulos, demarcando com rigor o conteúdo de cada um;
- 4- Objetivos de formação: como a série pode ser integrada em contextos educativos e pedagógicos;
- 5- Informação sobre o público ao qual se destina a série;
- 6- Fazer previsão de meios necessários para a série, visando constatar se é realizável, o que não significa apresentar um plano de produção;
- 7- Previsão do formato do programa: fazer esquema com noções básicas sobre tratamento, gênero e estrutura do programa;
- 8- Previsão de localização: em que espaço físico se vai trabalhar;
- 9- Modo de produção: explicitar se se trata, por exemplo, de produção de animação, teledramaturgia ou gravação de documentário.

2.6.5 Guia de conteúdos

Tornero (1994) designa como guia de conteúdos um documento derivado do projeto da série, cuja função é determinar com precisão, coerência e rigor o tema e subtemas. Na visão do autor, trata-se de “um escrito detalhado, exaustivo, com previsão dos assuntos a tratar, dos conceitos e de seu tratamento. É a ante-sala do roteiro” (TORNERO, 1994, p. 202).

Para fazer uma diferenciação das especificidades que caracterizam o trabalho de um roteirista, o autor esclarece que o guia de conteúdos vai descrever o caráter orientacional e complementar à tarefa do roteirista, apresentando um mapa conceitual sistemático do que deve fazer parte da narrativa audiovisual. Em essência, deve descrever ordenadamente o conteúdo de um roteiro. Ao tempo em que apresenta esse conceito, o autor questiona se realmente existe um conteúdo que anteceda o roteiro, respondendo: “[...] Um criador, antes de iniciar seu processo material de criação tem uma intuição, uma idéia ou um projeto relacionado ao que vai contar ou explicar. A esse conjunto de imagens mentais chamamos conteúdo” (TORNERO, 1994. p. 203).

Para complementar a noção de conteúdo prévio de um roteiro, o autor explicita que o guia de conteúdos vai se constituir em um texto anterior, do qual o roteirista vai retirar as ideias centrais, favorecendo o processo de criação. Tornero (1994) afirma que o guia de conteúdos é geralmente adotado em televisões de caráter educativo e cultural, acrescentando que, na produção de um audiovisual com fins educativos, o guia de conteúdos assume papel fundamental, pois deve prevalecer ao longo de todo processo de realização para alcançar, com eficácia, o objetivo previsto.

Outro aspecto ressaltado é que o guia de conteúdos deve se basear em um núcleo temático sobre o qual a série se baseia, oferecendo um texto ou um conjunto de textos, a partir dos quais o roteirista realiza sua criação. Em essência, um guia de conteúdos tem que apresentar as ideias centrais do audiovisual e a informação detalhada que se quer transmitir, incluindo a ordenação, estruturação e gradação de tais ideias.

O autor inclui, além desses aspectos, um conjunto de informações operativas sobre vários fatores que determinam a natureza da produção, tais como informações sobre o tipo de telespectador que se deseja alcançar, formas de utilização da série, características psicológicas e culturais do telespectador, se há outros meios audiovisuais e materiais complementares que serão adotados durante o período de exibição da série. Enfim, tudo o que possa auxiliar o roteirista.

Kellison (2007), autora da obra **Produção de direção para TV e vídeo**, não inclui, em seu vasto estudo sobre as etapas da cadeia de produção televisiva, a função do guia de conteúdos, nos termos como Tornero (1994) o faz, mas alguns conceitos

por ela apresentados entram em sintonia com o autor espanhol. Kellison (2007) inclui o consultor de conteúdo em sua obra para descrever uma das tarefas de um produtor de TV. Segundo a autora, nos programas de TV roteirizados, os produtores também podem ser roteiristas, localizando-se aí o consultor de conteúdos.

Esse termo é informal e geralmente não aparece nos créditos com essa função, embora esse profissional seja responsável pela direção criativa geral de uma série.

Em geral, ele é um roteirista ou gerencia e guia outros roteiristas na criação dos roteiros. [...] O mais importante de tudo para o consultor de conteúdo é manter a essência do programa. Ele pode ser roteirista, produtor, ter o poder de contratar e despedir membros da equipe, sendo responsável pelo sucesso ou fracasso do programa (KELLISON, 2007, p.16).

Sobre a forma de organizar um guia de conteúdos, Tornero (1994) orienta que este deve ter os seguintes elementos:

Tema geral- assunto que o roteiro vai abordar com subtemas precisos;

Informações básicas a transmitir - conceitos, ideias, saberes e informações;

Ordem das informações e gradação- como devem se relacionar as distintas informações, estrutural e cronologicamente;

Estratégias educativas recomendáveis- que tipo de relação deve ser estabelecida entre a produção (emissor) e o destinatário; com que argumentos se deve propor as ideias; que estilo de narração e de enunciação parece conveniente e que fins busca alcançar.

Linguagem- que léxico empregar; que registro linguístico é aplicável e que formas sintáticas ou narrativas são adequadas.

Recomendações formais – incluem-se aqui quantas recomendações estéticas convenham à produção: tom visual, ritmo de realização etc.

Público- tipo de grupo ao qual se destina o audiovisual.

Atitudes a fomentar- quais são as finalidades que o audiovisual persegue em relação aos estados emotivos passionais e racionais do espectador.

Contexto de uso previsíveis- situações individuais, escolares, públicas etc.

2.6.6 Relação entre o guia de conteúdos e o roteiro

Como o guia de conteúdos é um ponto de partida para o roteiro, uma prescrição temática, Tornero (1994) alerta para que este não anule a liberdade do roteirista, sendo demasiado rígido, com uma aplicação intransigente. Relata que conflitos entre produtores de guia de conteúdos e roteiristas são comuns, principalmente quando ambos os segmentos tendem a ignorar as especificidades e necessidades do trabalho do outro. O diálogo, então, não é fácil, pois ambos os lados podem vir a disputar o resultado final do audiovisual.

Muitas vezes os produtores de guias de conteúdos podem ser extremamente zelosos ao privilegiar apenas o conteúdo da forma como sugeriram. Por isso, muitas vezes, sentem que não foram bem interpretados pelos roteiristas. O diálogo entre partes requer atitudes positivas e formação precisa. Respeitar a autonomia das partes é preciso.

Para a condução desse processo o autor defende que:

- 1- O produtor do guia de conteúdos pode propor o tema ou temas da série;
- 2- O roteirista deve participar da redação do projeto por sugestão do produtor;
- 3- O roteirista pode interrogar sobre pontos obscuros do guia de conteúdos;
- 4- O produtor executivo ou diretor da série podem interferir para resolver conflito entre produtor de guia e roteirista.

Depois de feito o roteiro, o produtor de conteúdos deve interferir somente para valorar a relação entre roteiro e guia. O produtor não pode interferir nos aspectos formais, na estrutura narrativa, que são competência do roteirista. A exceção é para o diretor da série.

Um bom guia de conteúdos, segundo Tornero (1994), é um conjunto de dados de partida, mas nunca um roteiro. O que há, no entanto, em um guia de conteúdos que o conduza a um roteiro? Para chegar ao roteiro é necessário partir do que o autor chama de ideias-ponte ou noções que orientem até o núcleo construtivo desse roteiro. A esse conjunto de ideias, de noções o autor denomina ideia expressiva, que é caracterizada como um conceito ou conjunto de conceitos que permitem recolher o essencial do guia de conteúdos e converter-se na essência do roteiro, sendo ao mesmo tempo o resumo de uma ideia e uma ideia germinal.

Essa ideia pode estar sistematizada em um texto condensado, reduzido, cuja melhor qualidade é que pode ser expandido.

Uma idéia expressiva pode ser um personagem singular, uma situação, um cenário, uma relação entre personagens, uma perspectiva, um objeto, uma trama, um desejo, uma busca. [...] em todos os casos, a idéia expressiva é um esboço de relato, de narração, que se situa sempre entre o guia de conteúdos e o que logo será o roteiro concreto (TORNERO, 1994, p. 216).

Para exemplificar a ideia expressiva, o autor recorre a exemplos como a proposta de realização de um programa sobre o dia da TV em favor da infância, uma jornada proposta pelo Unicef. O conceito e questão centrais, a demanda principal que o programa deveria atender e que deve estar no guia de conteúdos é a seguinte: como conseguir um programa que transmita a ideia de que as televisões do mundo têm que mudar em relação à infância, que as crianças não podem ser objeto de manipulações consumistas e que é necessário ter-lhes mais respeito?

Seguindo o processo de criação, novas perguntas têm de ser respondidas. Qual deve ser o estilo do programa? Produz-se um documentário, ficção, videoclipe musical, uma série de entrevistas ou um programa de debates? Qual a forma central que vai expressar a mensagem que se pretende transmitir?

Assim, as primeiras decisões são de gênero, ou implicam na definição de um gênero. Tornero (1994) explica que o roteirista, o criador da ideia, não é compelido a definir imediatamente o gênero, o tema, o tipo de programa. Para esclarecimento sobre as etapas de tomadas de decisões, o autor descreve esse processo dedutivamente. Se

o programa terá a forma documental, fica, de certo modo, previsto um modo de contar as coisas. Pode ser um narrador que descreve uma situação ou um problema em terceira pessoa, que transmite uma informação que se supõe interessar aos telespectadores. Um estilo já convencional de se explicar em televisão.

Se for eleito o gênero ficção como adequado para o programa, então o tratamento do tema tem que ser simbólico, alegórico ou fabulado. O lugar onde as ações acontecem tem que ter uma referência indireta com o mundo real. Portanto, os dados que serão apresentados não serão considerados pela audiência como uma descrição factual. Assim, em consequência, as conclusões que a narrativa propõe também serão aceitas pelo telespectador de um ponto de vista ficcional. Tornero (1994) defende que, através da ficção, será mais fácil seduzir a audiência.

No caso de a escolha se dá pelo gênero musical, com a proposta de o programa ser um videoclip, estamos diante de outras consequências. A mensagem deve ser simbólica, fácil de entender; a estética tem que ser muito bem cuidada, e a música ocupará uma posição central.

Em conclusão, o autor afirma que a escolha de um gênero, a partir de uma ideia, conduz a caminhos distintos. Mas o poder ativador, germinal da ideia expressiva, segue seu curso. Definida a opção pelo gênero, é hora de avançar pelas derivações da ideia, o que permite chegar ao roteiro.

Tornero (1994) apresenta, de modo mais dedutivo, o caminho para se chegar às ideias centrais de um roteiro, não significando que em seu processo mental o roteirista siga exatamente esses passos.

2.6.7 O roteiro

Traduzido por Tornero (1994) como um instrumento que vai conduzir uma prática, um documento que representa as ações e os diálogos, o mapa que orientará os realizadores, atores, produção musical etc.

É o modelo de um filme por fazer. É a base, o referente, o intermediário entre o projeto e sua realização. Desenha o filme em sentido abstrato e o determina

concretamente. Roteiro é um programa de ação que tem que expressar-se em diferentes linguagens: técnica, teatral, se há atores; documental, quando se trata de informação (TORNERO, 1994, p. 210).

Mas que condições um roteiro tem que cumprir para funcionar como um programa de ação de toda uma equipe? Tornero (1994) elenca algumas condições e características:

1- Ser claro e compreensível. Deve ser entendido pelos diferentes membros da produção e da realização;

2- Deve considerar todos os elementos que intervêm na produção, como imagens que serão registradas, movimentos de câmera, vozes, ruídos, músicas, tempos;

3- Conter a informação básica que vai transmitir ao telespectador, selecionando, na descrição de ambientes, aqueles que são chaves para a ação. Também deve assinalar aspectos substanciais da trama, aparência dos personagens etc.

4- Ser integral e modular, ao mesmo tempo. Ser global de modo a sintetizar tudo que a equipe de produção tem que conhecer. Por outro lado, tem de poder dividir-se em módulos que correspondam a cada um dos grupos que intervêm na produção: atores, câmeras, realizadores etc.

5- Deve refletir com nitidez a estrutura narrativa do programa: imagens, narrações em off, diálogos. Todos esses elementos imprescindíveis só fazem sentido se estiverem integrados em uma narração.

Cathrine Kellison (2007), ao abordar a essência do roteiro, afirma que uma boa história é a base de tudo. A história é sempre soberana, independentemente do gênero do projeto que se deseja desenvolver. Seja o projeto de uma série dramática, um noticiário, uma *sitcom* ou um especial de esportes. Segundo a autora, cada gênero gira em torno de uma história que atraia a atenção do telespectador e o envolva.

Kellison (2007), em sua obra **Produção e direção para TV e vídeo**, apresenta uma classificação para os gêneros de programas de tevê ou de vídeos independentes. São eles:

Realidade ou não ficção - incluem programas de transformação, competição, documentários, biografias sobre natureza ou viagens, *making of* e entrevistas;

Sitcom ou comédias de situação – retratam famílias ou adolescentes, podendo ser inteligentes ou bobas, aproveitam um personagem de uma série para criar outra série com ele;

Série dramática - pode ter como tema o trabalho e a vida de policiais, bombeiros, médicos, investigadores forenses, e ainda abordar temas como família, política, lei, a vida de jovens adultos e seus dramas pessoais;

Noticiário - notícias locais e nacionais, entretenimento, política, previsão do tempo, formato de revista, reportagens especiais;

Infantil – são os desenhos animados, programas educativos, fantoches, sala de aula;

Entrevistas – diurno, noturno, abordando assuntos femininos etc;

Séries – diurnas, para o horário nobre, novelas;

Esporte – cobertura de eventos, jogos, campeonatos;

Programa de perguntas e respostas e jogos – palavras, números, trivialidades;

Filmes de semana – para TV aberta ou cabo;

Infomerciais – para TV a cabo ou como vídeos independentes;

Institucionais – imagens corporativas, treinamento, vídeos promocionais;

Propaganda – comerciais, trailers, promoções, conteúdo especial para DVDs;

Videoclip – para transmissão pela TV em pontos de venda ou com características especiais.

Conforme a autora americana, escrever para televisão não é o mesmo que escrever para o cinema. Na sua opinião, a principal diferença consiste nos personagens que compõem o núcleo da história. Em um filme para o cinema, os personagens e suas histórias são apresentados, a história começa, chega ao clímax,

acaba e está tudo resolvido. Quando o filme acaba, a história também acaba. Na maioria dos gêneros televisivos, os personagens e suas histórias continuam.

Os roteiristas de TV, de acordo com Kellison (2007), podem capitalizar essa duração, ao criar, primeiramente, personagens fortes e, depois, escrever a história que se desenrola ao redor deles, construindo-a a partir de suas reações e sempre testando-os. Em consequência, os telespectadores se familiarizam com os personagens e suas histórias. O público passa a conhecê-los bem, trazendo suas memórias e experiências acumuladas ao longo do programa para cada episódio.

Kellison (2007) não dá ao percurso entre a ideia e o roteiro o mesmo tratamento que Tornero (1994). A autora afirma que um roteiro para TV traduz uma ideia para um formato específico que pode ser usado como um projeto para a produção do audiovisual. Para Kellison (2007), ele é constituído de uma boa história, capaz de atrair a atenção do público espectador. A autora cita apenas exemplos de ideias e temas para roteiro de ficção. São eles: um gancho surpreendente, um protagonista, um antagonista, um companheiro, um desafio, um conflito, um fantasma, uma contradição, afetividade, romance, vulnerabilidade, sexo e um final feliz.

Como fontes de inspiração para ideias de programas de TV, Kellison (2007) cita família, amigos, colegas, estranhos, jornais, internet, bibliotecas, feiras de livros, história, biografias, criatividade e inspiração em bons autores ficcionais e não ficcionais.

2.7 GUIA DE CONTEÚDOS PARA INTERPROGRAMAS

2.7.1 Série de interprogramas

Título: Bê-a-bá da TV Digital

Edições: 12

Tempo: 1' 30" a 3'

1º Interprograma

Tema: Apresentação geral das potencialidades da TV digital. Previsão e apresentação dos conteúdos da série.

As diretrizes e estratégias nacionais para o segmento de TV digital, previstas pelo Decreto 4.901, de 26 de novembro de 2003, assinado na primeira gestão do presidente Lula, ampliam o leque de possibilidades de uso da televisão no país. O decreto estabelece que o Brasil deve alcançar objetivos tais como: promover a inclusão social, a diversidade cultural do país e a língua pátria, por meio do acesso à tecnologia digital, visando a democratização da informação; propiciar a criação de rede universal de educação a distância; estimular a pesquisa e o desenvolvimento e propiciar a expansão de tecnologias brasileiras e da indústria nacional relacionadas à tecnologia de informação e comunicação, além de contribuir para a convergência tecnológica e empresarial dos serviços de comunicações.

Nós, brasileiros, estamos presenciando uma revolução no sistema de comunicação social no país. Desde quando o Brasil adotou o padrão japonês de transmissão digital e fez atualizações tecnológicas, inauguramos uma nova tecnologia de sinais, que está proporcionando, gratuitamente, ao telespectador melhor qualidade de imagens e sons, assim como uma série de novos benefícios, como, por exemplo, ver televisão quando se está em deslocamento e interagir com os programas.

As mudanças ultrapassam o entendimento de que a TV digital agora tem imagem de cinema e som com qualidade de CD. Tecnicamente, as inovações mais importantes são quatro: melhoria na qualidade da imagem e do som, introdução de

recursos de interatividade, acesso facilitado a programas e ampliação da capacidade de recepção dos sinais. Este último quesito, que permitirá a portabilidade e a mobilidade, é o que retira a tevê de dentro de casa e a leva para as ruas, através do celular ou outras plataformas. Mas as mudanças vão muito além disso e afetam a relação social dos cidadãos, o espaço público da política, o mercado de trabalho, o formato da publicidade, a produção cultural do país, a oferta de serviços de dados e telecomunicações e o direito à informação (FNDC, 2006).

SBTVD - Sistema de TV Digital Brasileiro

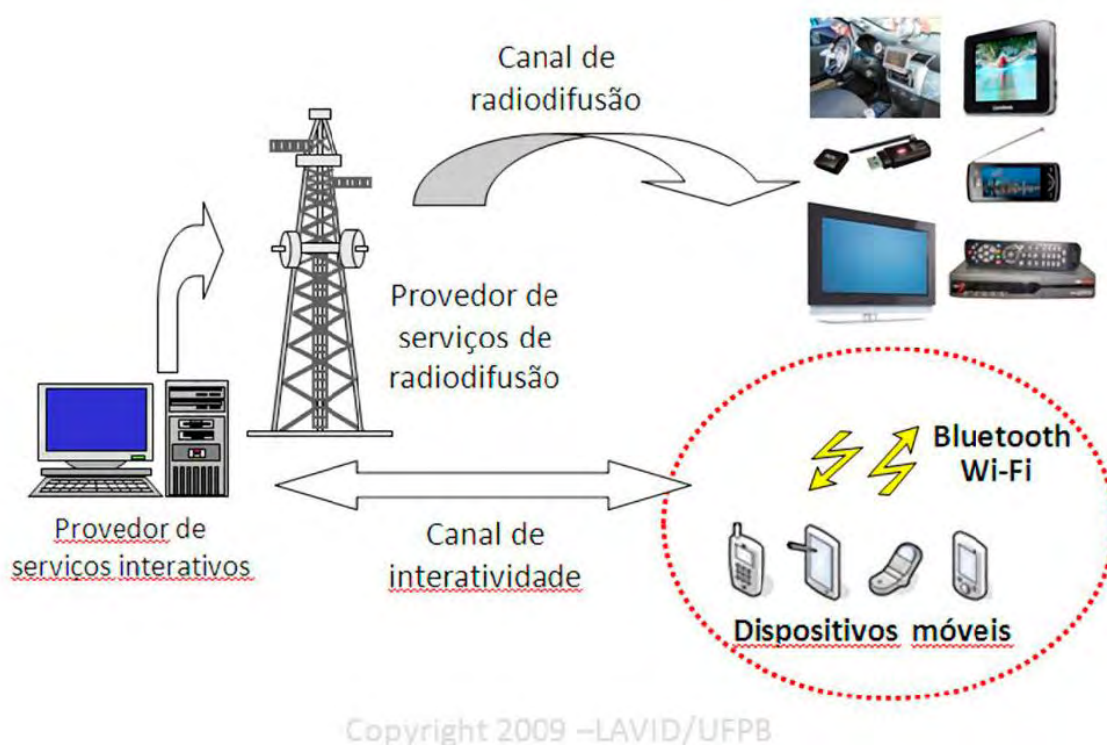


Figura 1- SBTVD - Sistema de TV Digital Brasileiro
Fonte: Lavid (2009)

A TV digital é uma plataforma multimídia à disposição dos cidadãos, um verdadeiro terminal que permite ao telespectador interagir com o mundo, comprar, vender e ter acesso a mais informações. Tudo está a um clique de distância de cada usuário, via TV digital, seja em casa, no celular, no carro, no trabalho ou no metrô. Em casa, o telespectador terá não apenas uma tela para assistir novela, filmes, futebol, telejornais e anúncios comerciais, mas uma tevê como ferramenta que poderá servir de computador e telefone ao mesmo tempo.

A TV digital terrestre é democrática, com acesso livre e gratuito, não havendo necessidade de pagamentos de mensalidades, podendo o telespectador ter acesso a imagem de qualidade em alta definição e interagir com a programação, tanto em sua residência térrea, como em um prédio comercial ou residencial, bastando apenas dispor de um receptor digital (*set-top box*) e uma antena UHF.

A imagem digital é imune a interferências e ruídos, ficando livre de problemas comuns às transmissões analógicas de sinais, como os chuviscos e fantasmas, aquelas imagens duplicadas que provocam sombras no sinal principal, causadas por um sinal atrasado que rebateu em prédios ou árvores. Ou seja, não há perda de informação pelo caminho. O sinal chega ou não chega (BECKER e MONTEZ, 2005).

O aumento do nível de interatividade que a TV digital proporciona implica em novas maneiras de assistir tevê. O telespectador terá uma gama de conteúdos e opções diversas para interagir com a programação, podendo se relacionar mais ativamente com o meio. Por isso, deve ter um mínimo de conhecimento operacional para realizar interações mais e menos complexas, personalizando até a sua recepção.

2º Interprograma

Tema: O que é a imagem digital? Qual a diferença entre os sistemas analógico e digital?

O sistema analógico

O sistema analógico nasceu com a fotografia, pois, por meio da sensibilização de uma chapa, papel ou filme, através da luz, fica caracterizado o que chamamos de imagem analógica. “A luz passa através das lentes, levando a informação da imagem de maneira análoga ao que está sendo fotografado, ou seja, da mesma forma como o olho humano vê” (CROCOMO, 2007, p. 56). Esse processo foi base para o cinema, que surgiu também analógico, pois a imagem em movimento nada mais é que uma sucessão de quadros. Cada quadro sendo uma parte da cena registrada na película. Assim, o analógico, grosso modo, pode ser uma representação de um objeto que se assemelha ao original, a exemplo do que a fotografia, o áudio e o vídeo eram tradicionalmente. Ou seja, gravados de forma direta, nos suportes.

O sistema digital

A imagem de alta definição é formada por dois milhões de pontos luminosos que contêm as cores básicas: vermelho, verde e azul. Cada ponto luminoso que forma a imagem chama-se pixel, a unidade mínima da imagem. Cada pixel carrega informação sobre diferentes níveis de brilho, cor e saturação (tom mais forte e mais claro).

Com a digitalização do sinal transmitido, o som e a imagem são processados eletronicamente por chips e microprocessadores de última geração que traduzem a imagem em códigos numéricos, em milhões de combinações de dígitos binários de informação. Esses dígitos binários são combinações feitas de zeros e uns, denominados bits (TEIXEIRA, 2009).

Cada ponto tem a informação de um determinado tom de cor e da sua localização. Numa escala de cores, é possível criar gradações com números

correspondentes. Como o computador só entende o “zero” e “uns”, cada *pixel* será representado por uma combinação de “zero” e “uns” (CROCOMO, 2007). Por isso, a informação é digital. O que se grava ou envia são números que informam o tom de cada pixel, sendo possível a formação da imagem na reprodução num videotape com leitura digital, no próprio computador ou no aparelho de TV digital na transmissão televisiva (CROCOMO, 2007).

Por ser digital, ou o sinal pega com nitidez perfeita ou simplesmente não é captado. Na forma analógica de transmissão, os canais colocados muito próximos uns dos outros causavam interferência. Por isso, na sua cidade, você não consegue sintonizar gratuitamente mais do que cinco ou seis canais de TV.

Não existe degradação, porque não é a imagem que está sendo transmitida, como no sistema analógico, mas sua representação digital. Por essa razão, em transmissões digitais, o mais comum é ter uma boa imagem ou, se o sinal estiver ruim, não ter imagem alguma. Numa transmissão analógica, a imagem pode ser muito boa ou cheia de fantasmas.

Segundo Crocomo (2007), é digital tudo o que se pode mostrar e contar com números. No sistema analógico as imagens são gravadas diretamente nos suportes, enquanto no sistema digital é feita uma seleção de partes da imagem e/ou do som que, por sua vez, são gravados em formato digital, ou seja, transformados em números.

Em seu aparelho de tevê o usuário tem, na prática, muito mais alta resolução na imagem. O nível de definição da imagem em aparelhos de tevê não digitais é de 480 linhas de 720 pixels por cada linha. Em alta definição (*high definition* ou HDTV), a imagem tem 1.920 pixels na direção horizontal e 1.080 linhas na direção vertical, totalizando 2.073.600 pixels por imagem (FÓRUM SBTVD-T, 2010). O número total de *pixels* limita o detalhe que pode ser visto na televisão. Os aparelhos fabricados antes do lançamento dos atuais displays digitais têm menos de meio milhão de pixels.

Os aparelhos de TV digital têm a proporção de 16x9, que é similar a das telas de cinema. São proporcionais à vista humana, mais amplos, mais largos, mais confortáveis do que os displays que os antecederam no mercado, nos quais as telas têm a proporção de 4x3 (GLOSSÁRIO SET, 2010).

3º Interprograma

Tema: Como se dá a transmissão digital?

As imagens que você vê em sua tevê só chegam ao seu aparelho porque existem sinais em forma de ondas eletromagnéticas, que são enviados para sua casa e captados por uma antena. Essas ondas trafegam dentro de uma determinada frequência (6 Mhz). É este canal que permite a transmissão e a recepção da programação de uma emissora de TV em uma determinada localidade.

Dentre as vantagens da transmissão em sistema digital, a mais perceptível é a qualidade do sinal. O sinal veicula informação de natureza física, seja acústica, ótica ou elétrica. Um sinal de TV corresponde a uma onda eletromagnética que veicula informações sobre áudio, vídeo e dados de sincronização, usadas pelo aparelho receptor. Os sinais passam por uma conversão do formato analógico para o digital, que é o que se convencionou chamar digitalização do sinal analógico.

Sistema de TV Digital – Visão Geral

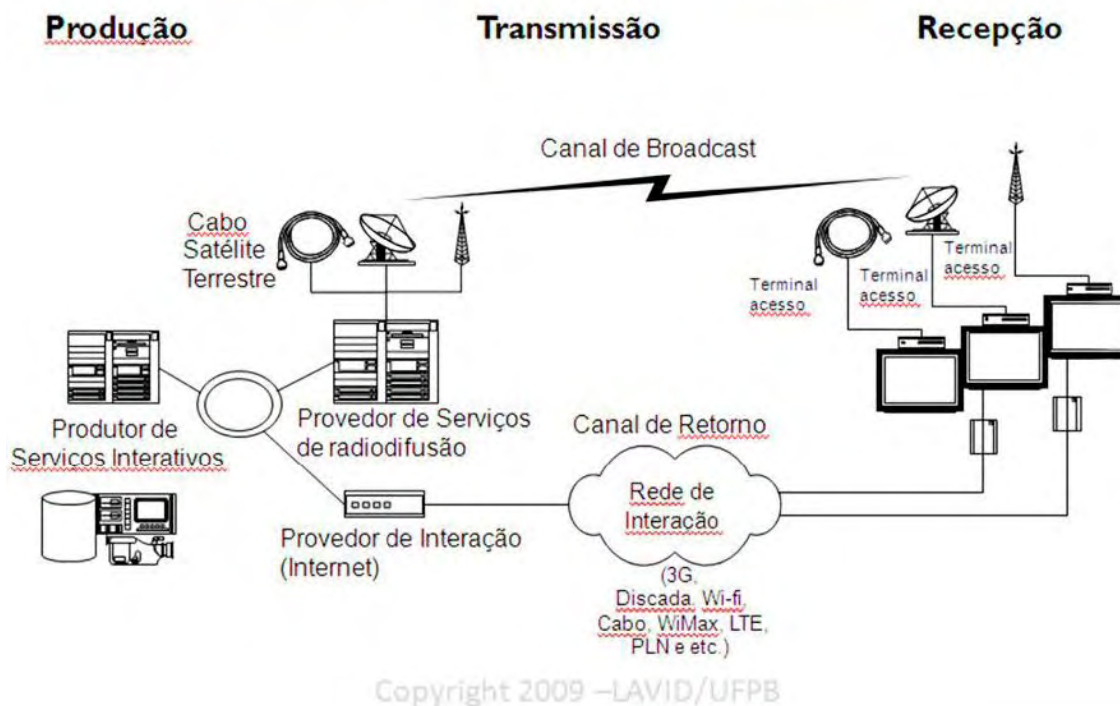


Figura 2 – Sistema de TV Digital – Visão Geral

Fonte: Lavid (2009)

Um sistema de TV digital é dividido em três áreas: produção, transmissão e recepção. A produção é responsável pelo desenvolvimento dos conteúdos como áudio, vídeo e dados, que aparecerão na tela de sua tevê, do seu celular ou de outra plataforma digital. O transmissor ou difusor vai prover o conteúdo a ser transmitido e dar suporte para que os telespectadores possam interagir com a programação exibida. O receptor, que pode ser um *set-top box* ou caixa conversora, acoplada à tevê ou embutida no aparelho, recebe o conteúdo e oferece a possibilidade de o telespectador interagir com o difusor (BECKER e MONTEZ, 2005).

Há, também, nesse sistema, um meio de difusão que habilita a comunicação entre o transmissor e o receptor. Os meios de difusão mais comuns são via satélite, cabo e radiodifusão terrestre, sendo este último o sistema de emissão de sinais adotado para a TV digital brasileira.

Uma das vantagens da difusão terrestre é que este meio já é usado atualmente pelas TVs abertas nas transmissões convencionais. Esse é um fator que favorece a migração dos telespectadores da TV analógica para a digital interativa, porque, como acontece atualmente, é possível a transmissão simultânea de canais analógicos e digitais.

O sistema de radiodifusão terrestre, embora ofereça um amplo alcance dos sinais, o que não é possível na transmissão por cabo e satélite, difere destes por permitir menos canais de TV em seu espectro. Na radiodifusão terrestre, o canal de retorno do telespectador, indispensável para a interatividade, é possível através do uso de linha telefônica e banda larga. Por exemplo, o usuário poderá interagir com o conteúdo veiculado pela tevê digital ligando o seu conversor digital (*set-top box*), que já pode estar embutido no aparelho, a uma rede de telecomunicações, como uma banda larga, um modem de telefonia fixa ou móvel.

Nesse sentido, o primeiro passo, antes de comprar um conversor, é saber se o local (cidade ou região) está apto para receber o sinal digital por meio de uma antena UHF (de preferência do tipo externa, que garantirá melhor captação do sinal). Os telespectadores que moram em prédios devem verificar se o prédio já possui antena externa UHF (coletiva), capaz de distribuir o sinal para todos os andares (FÓRUM SBTVD-T, 2010).

A TV analógica opera tanto nas faixas de VHF, que são os canais que vão de 2 a 13, como de UHF, canais de 14 a 69. A TV digital vai operar apenas na faixa de UHF.

4º Interprograma

Tema: Diferenças entre as TVs analógica e digital. Como se dá a Interatividade?

“Na televisão analógica, o produto audiovisual sai pronto da emissora, direto para os aparelhos receptores, que apenas exibem a informação que receberam” (TEIXEIRA, 2009, p. 91). Na televisão digital, o sinal, que contém áudio, vídeo e aplicativos que permitem a interação, é transmitido em pacotes de dados que serão

decodificados na “máquina do usuário”. Isso quer dizer que parte do processamento que resultará na formação de conteúdo na tela é transferida para os receptores de TV digital, chamados *set-top box*, permitindo que cada um condicione a recepção de acordo com o tipo de aparelho que possui. “Como resultado disso, diferentes aparelhos de TV, ligados ao mesmo tempo, em um mesmo canal, podem exibir coisas diferentes na tela, como imagens de câmeras opcionais ou partes diferentes de interação” (TEIXEIRA, 2009, p. 91).

Um quadro comparativo com as diferenças entre as TVs analógica e digital é apresentado por M. Adams e P. Anand (2001, apud TEIXEIRA 2009, p. 73-74).

TV Analógica	TV Digital interativa
Espectador passivo	Participante ativo
O conteúdo é empurrado até a audiência	O conteúdo é puxado pela audiência
Modelo de receita baseado na propaganda	Modelo de receita baseado no comércio. Ex. vendas pela TV
Modelo de programação em função dos canais de transmissão	Modelo de programação com conteúdo disponível em banco de dados
Programação linear	Programação participativa
Dispositivo central	Ubiquidade (presente em qualquer lugar). Portabilidade e mobilidade.
Uso principal para entretenimento	Uso estendido a compras, comunicação, integração social e educação.
Plataforma de comunicação de uma só direção	Plataforma de comunicação bidirecional
O papel dos emissores é bem definido	O papel do emissor passa a ser flexível e requer maior integração

Quadro 1- Diferenças entre TVs analógica e digital interativa

Fonte: Adaptado de Teixeira (2009)

A interatividade permite ao usuário solicitar e receber informações, em tempo real, independentemente do programa que está sendo visto na TV digital. Para Gawlinsk (2003), a televisão interativa pode ser definida como qualquer coisa que torne possível ao telespectador ou telespectadores se engajarem em um diálogo com as pessoas que fazem um canal de tevê, programa ou serviço. É também conceituada

como um diálogo que leva os telespectadores, além da experiência passiva de assistir, a fazer escolhas e praticar ações.

O usuário de TV digital interativa pode não somente assistir à programação tradicional, mas também participar, à distância, votando em personagens favoritos de um filme, alterando a câmera de visualização de um jogo de futebol, podendo também se informar e adquirir serviços e produtos cujo comercial acaba de assistir na TV. Essa tecnologia permite trocar mensagens instantâneas, cartas, e participar de bate-papos com colegas distantes, enquanto assiste ao mesmo programa. Pode instruir-se, obter treinamento, procurar emprego, obter informação sobre saúde, marcar consultas, responder a pesquisas, votar em consultas populares e em candidatos a cargos políticos (BECKER, 2009).

No exemplo corriqueiro de operação da nova tecnologia, o telespectador aparece assistindo a uma partida de futebol. Apertando um botão do controle remoto, ele vê uma jogada duvidosa de outro ângulo ou espera pela cobrança de um pênalti, a partir de uma câmera instalada na frente do goleiro. Com outro recurso, poderá acionar uma tela com informações sobre a partida. Simultaneamente, poderá pagar suas contas no banco pela TV ou trocar mensagens com um amigo. A emissora que optar pelo formato das várias câmeras terá que cortar seu canal em quatro, três ou dois, para fazer a transmissão de todos os ângulos em tempo real. Para aproveitar potencialmente todos esses recursos, o telespectador deve saber como escolher as multifuncionalidades oferecidas pela programação.

Sua próxima TV pode também funcionar em um modelo menos concentrador dos meios de comunicação, sendo possível, em um mesmo canal, oferecer quatro programações simultâneas para finalidades diferentes. É o que se chama multiprogramação. Ao invés de uma simples partida de futebol, poderiam ser transmitidos programas culturais e educativos preparados para públicos distintos. Assim, quem não gostasse dos times que estavam jogando no exemplo anterior poderia trocar de canal e ver a transmissão de um evento local, como um festival de música regional, uma missa, um programa de entrevistas. Na parte do canal que mostrava estatísticas sobre o jogo, poderiam estar armazenados dados sobre serviços públicos do seu município, por exemplo (FNDC, 2006).

5º Interprograma

Tema: O que é o *Set-top box* e como funciona.

A evolução da TV analógica para a TV digital não é marcada apenas pelo aumento da qualidade do sinal de áudio e vídeo disponibilizados, mas também pelo fornecimento de novos serviços computacionais. Podem-se resumir as novas funcionalidades citadas como “agregar capacidade computacional à TV” (CGI.BR, 2005). A esse computador agregado dá-se o nome de terminal de acesso ou *set-top box*, em inglês, segundo definiu, em 2005, o Comitê Gestor da Internet no Brasil, em pesquisa sobre o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) no Brasil.

O conversor digital ou *set-top box* converte os sinais digitais para serem vistos nas TVs convencionais. Pode estar embutido em uma tevê digital ou deverá ser acoplado individualmente em cada televisor, conferindo liberdade na mudança dos canais favoritos e acesso aos conteúdos com interatividade. O *set-top box* pode também possuir um canal de retorno, possibilitando a interatividade entre o telespectador e os serviços oferecidos pela emissora.

O conversor digital é necessário para os telespectadores porque os conteúdos ou aplicativos destinados à interatividade fazem parte de outra fonte de dados, diferente do fluxo normal de áudio e vídeo, e, por isso, passam por um processo de multiplexação de sinais, que é a sua inserção sobre o vídeo, para, em seguida, serem enviados às casas dos telespectadores.

Os conteúdos ou aplicativos ficam armazenados no terminal de acesso ou *set-top box* e aparecem na tela da TV quando o usuário aperta um botão do controle remoto relativo à interatividade. Enquanto a programação normal de áudio e vídeo segue, é possível ter acesso a esses dados no tempo do usuário, ou seja, a informação pode ser individualizada (CROCOMO, 2007).

O *set-top box* apresenta uma estrutura próxima a um microcomputador pessoal, composto de processador, memória RAM, disco rígido (ou memória flash) e um sistema operacional. No caso específico do *set-top box* brasileiro, ele possui uma camada com o *middleware*, um *software* que permite a interatividade e que uma

mesma aplicação interativa seja executada em diversas marcas e modelos de equipamento. Ele pode possuir também um *Personal Video Recorder (PVR)*, que permite gravar, pausar, avançar ou retroceder programas. O aparelho também pode apresentar um canal de retorno, caso o *set-top box* esteja conectado a uma rede de telefonia (fixa, celular ou ADSL), possibilitando, por exemplo, a participação interativa do usuário em uma votação (CROCOMO, 2007).

6° Interprograma

Tema: *Middleware* Ginga amplia a participação do telespectador.

A digitalização tira a exclusividade de produção de conteúdos das grandes empresas de comunicação. A possibilidade real de o telespectador produzir vídeos em computadores domésticos e sua integração à internet apontam para uma televisão que poderá receber conteúdo de qualquer parte do mundo e de maneira diferente.

A televisão digital interativa permite ao usuário interagir com uma aplicação ou conteúdo que é entregue em complemento ao fluxo normal de áudio e vídeo, já normalmente disponibilizado pelo sinal. Esse sistema de TV amplia muito os serviços ao telespectador e permite a interação com os programas favoritos. Dentre as opções, podem ser assinaladas: a possibilidade de participar de votações, fazer compras, transações bancárias, acessar informações e serviços do governo, além de ter informações mais detalhadas sobre um programa ou filme, no momento da exibição ou depois.

Esse sistema, ora em expansão no país, tem um componente desenvolvido com tecnologia brasileira, fundamental para ampliar e democratizar a participação do telespectador na programação televisiva. Trata-se do *middleware* Ginga, uma camada de software embutida no *set-top box* ou conversor digital, que permite o desenvolvimento de aplicações interativas para TV digital. Um dos aspectos mais importantes dessa tecnologia, criada por pesquisadores da PUC do Rio de Janeiro e da UFPB, é que o ginga consiste em uma plataforma aberta, desenvolvida para permitir

que qualquer cidadão possa criar um software e nele executá-lo, independentemente do modelo ou marca de *set-top box*.

Isso significa que qualquer software para aplicação interativa, que se queira executar nesse equipamento, não terá que depender da autorização do fabricante do receptor digital ou *set-top box*. O que acontece hoje, no Brasil, é que quem fabrica o *set-top box* controla todos os softwares que nele serão executados. O gíngua, com sua filosofia, quebra o monopólio das empresas fabricantes.

Souza Filho (2010), que coordenou a equipe de desenvolvedores do *middleware* da TV digital no âmbito da UFPB, afirma que desde o início da pesquisa as universidades defenderam a proposta de que os receptores de televisão seriam uma plataforma aberta, padronizada, para a qual todos possam desenvolver softwares.

Os receptores de tevê ou *set-top boxes* não vão apenas receber os sinais dos canais abertos, mas, de forma complementar, terão potencial para receber informações e vídeos de internet e de outras fontes. Isso, de acordo com Souza Filho (2010), viabiliza a chegada da internet à sala de estar e de maneira integrada à TV digital. Isso porque, mesmo quem tem computador em sua casa, não o coloca na sala de estar. Esse espaço é ocupado pela TV mostrando áudio e vídeo. Portanto, existe ainda um espaço na casa das pessoas que é ocupado, hoje, pelo sistema de televisão analógico, o qual está sendo substituído por um sistema digital.

A TV digital da sala de estar tem processador, memória e vários componentes de um computador. Essa máquina vai executar software em um ambiente que hoje não é atingido pelos softwares. A Internet não chega na sala de estar. “É preciso tomar cuidado para garantir que a programação da máquina que está neste espaço, seja aberta e democrática. Temos que evitar que um ou outro fabricante controle esse espaço” (SOUZA FILHO, 2010, p.26).

Hoje, o software, que já começa a chegar às TVs e salas de estar, está sob o controle de quem fabrica a TV e embarca no equipamento o software residente. “Não há garantias de que teremos essa plataforma aberta no Brasil, porque esse modelo vai de encontro aos interesses de quem quer controlar e vender esse espaço para execução de softwares e prestação de serviços” (SOUZA FILHO, 2010, p.26).

7º Interprograma

Tema: Convergência digital. Sinergia entre três mundos.

A comunicação integra todos os meios da forma mais completa possível, interconectando telefone, computador, internet e televisão. Nas últimas décadas, houve um intenso processo de digitalização das comunicações, transformando sons, voz, dados, textos, gráficos, vídeos, fotos e imagens eletrônicas em bits, as menores unidades de informação. *Bit* é a forma abreviada do inglês – *binary digit* – que significa dígito binário.

Segundo Siqueira (2008), todas as formas de comunicação se fundem ou convergem na atualidade, e o que hoje se chama convergência é a fusão das três grandes áreas de tecnologia da informação e comunicação. No setor de comunicações estão o telefone, o celular, os sistemas de transmissão e transporte de voz, dados e imagens. No segmento de computação ou de informática estão os computadores, o software e seus sistemas complementares. No setor de conteúdo estão a tevê, as atividades editoriais, o cinema, os bancos de dados e todos os repositórios de informação. Assim, a convergência é resultado da sinergia entre três mundos.

Até bem pouco tempo essas grandes redes funcionavam independentemente e hoje estão unificadas em uma só rede multimídia que se materializa na TV digital. E a TV digital é exemplo de um futuro cada vez mais convergente e que está se delineando na atualidade. Isso porque utiliza, simultaneamente, as redes de tevê, as telecomunicações, agrega as funções de computadores, dentre elas a internet, associando, também, múltiplas formas de conteúdos, como imagens, gráficos, textos, ruídos, música e sons em geral.

Se a experiência de ver tevê, a partir da fusão dessas tecnologias, poderia parecer ilusório décadas atrás, a portabilidade e mobilidade trazem ainda mais vantagens ao telespectador brasileiro que, cada vez mais, tem acesso à programação digital por meio da TV móvel, em celular ou outro display de exibição digital, a qualquer hora e em qualquer lugar. Conforme Cannito (2010), mobilidade é a transmissão digital

para televisores portáteis, como aqueles utilizados em veículos. Portabilidade é a transmissão digital para dispositivos pessoais, como celulares.

Um exemplo claro de convergência tecnológica é o aparelho celular que transmite e grava conteúdos multimídia, como texto, fotos, vídeos, e que ainda acessa a internet, havendo também a possibilidade de exibir vídeo e de receber programação televisiva.

Uma das razões pelas quais o Brasil adotou o padrão de TV digital japonês é que agrega, do ponto de vista tecnológico, vantagens em relação aos padrões europeu e americano. Essa tecnologia de transmissão digital terrestre trouxe as últimas inovações desenvolvidas pelos japoneses em portabilidade e mobilidade, tecnologia que permite o envio dos sinais diretamente dos canais de tevê para os celulares e qualquer aparelho portátil.

Já considerado a TV móvel do futuro, o celular deve se tornar a principal forma de acesso aos conteúdos da televisão. Por assegurar mobilidade total, pode ser acoplado também a laptops, monitores, que proporcionam ao usuário ver a programação quando em deslocamento, no avião, aeroporto, na praça, no trem, no carro ou no campo.

8º Interprograma

Tema: Níveis de interatividade.

A interatividade na TV digital pode ser realizada de duas maneiras: com ou sem canal de retorno. Sem o canal de retorno, o telespectador recebe em seu aparelho de tevê um pacote de aplicativos (dados) e pode escolher, por exemplo, diferentes ângulos de câmera, informações extrarrelacionadas ou não à programação a que está assistindo, mais informações sobre a publicidade, além daquela que está sendo exibida em tempo real, e guias de programação, como aqueles que são disponibilizados nos canais por assinatura (TEIXEIRA, 2009).

Com o canal de retorno, o nível de interatividade é ainda maior. O usuário pode enviar mensagens e vídeos ao canal emissor, participar de jogos on-line, se

comunicar com bancos, ter acesso a informações governamentais e mandar mensagens a repartições públicas, acessando informações de serviço público etc.

O canal de retorno, segundo a definição apresentada em Glossário da SET - Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão (2010), é um meio para os usuários se comunicarem de volta com os provedores de conteúdo, que podem ser as empresas de comunicação e os produtores independentes. Ao mesmo tempo em que os provedores de conteúdo estão transmitindo televisão interativa (analógica ou digital) para os usuários, esses podem se conectar, através do canal de retorno, a um site da Web – por exemplo, com o provedor de conteúdo ou o anunciante. O canal de retorno pode ser usado para fornecer realimentação, comprar produtos e serviços, requisitar mais informações e outras mais. Um tipo comum de canal de retorno é uma conexão de Internet usando um modem.

Crocomo (2007) descreve três níveis de interatividade. No primeiro nível, os dados transmitidos são armazenados no terminal de acesso ou receptor de TV digital. Ao ter acesso às informações disponíveis em hipertexto na tela, o usuário estará navegando dentro dos dados armazenados nesse terminal. Por isso é também chamada de interatividade local, pois o telespectador acessa informações disponíveis na unidade receptora. A ação é semelhante ao uso do controle remoto, através do qual pode-se mudar de canal, que vai do usuário ao aparelho. As informações vêm num fluxo único da emissora para o terminal de acesso. Além da programação normal da TV, podem ser enviados pela emissora dados extras no mesmo fluxo de informações do canal. Em um programa sobre música, por exemplo, isso permite o acesso às letras, a qualquer tempo. Isso é possível porque as informações chegaram através da transmissão do canal e ficaram armazenadas no terminal de acesso.

No segundo tipo, tem-se a forma de interatividade do nível 1, com armazenamento de informações no terminal de acesso e, mais que isso, um canal de retorno. Utiliza-se um canal de retorno, geralmente via rede telefônica. Nesse caso, é possível retornar a mensagem, mas não necessariamente no mesmo momento, em tempo real. As informações chegam com a exibição de um programa; outras são armazenadas no receptor de TV digital, e ao usuário é possível enviá-las através de um modem. É possível fazer a escolha e enviar a informação, visualizando as opções na

tela e, através do controle remoto, clicar no campo escolhido. A informação sai, então, do terminal de acesso e segue até o destino, seja por um servidor da emissora ou por um provedor específico onde o dado vai ser adicionado ao resultado geral.

Já no nível 3, é possível mandar e receber conteúdos, em forma de texto ou vídeos, em tempo real. O canal de retorno está sempre em funcionamento, permitindo, por exemplo, participar de um jogo em que a interação é imediata, além de uma série de outras aplicações.

Na prática, o receptor de TV digital, ao sintonizar um canal, recebe um sinal de controle indicando que tem uma aplicação interativa junto com o áudio e o vídeo no canal de TV. A aplicação interativa é carregada na memória do *set-top box* e entra em execução, aparecendo na tela.

O radiodifusor, que detém a concessão para uso do canal de tevê e que transmite a programação, envia a aplicação, que pode entrar em execução, automaticamente. Por exemplo, quando se está vendo uma novela e aparece uma atriz vestindo determinado modelo, esta peça pode ser oferecida ao telespectador que terá a opção de compra-la, instantaneamente (SOUZA FILHO, 2010).

9º ao 12º Interprogramas

Tema: Exemplos de interatividade

Os quatro últimos interprogramas da série apresentarão, ao telespectador, exemplos práticos de interatividade com o *middleware* ginga, trazendo aplicações desenvolvidas e testadas em importantes laboratórios de universidades da região Nordeste (Lavid-UFPB e Natalnet-UFRN), que estão tendo um papel relevante no cenário de produção de softwares para fazer face às demandas nacionais. A série também contemplará, nessa etapa final, roteiros interativos desenvolvidos nas regiões Norte e Nordeste, para o Programa Laboratórios de Experimentação e Pesquisa em Tecnologias Audiovisuais (XPTA.Lab), do Ministério da Cultura.

Aplicações interativas criadas pelo Lavid-UFPB:

Libras na TV: esse aplicativo faz uma representação do conteúdo do áudio para deficientes auditivos, através de um dicionário de sinais, que poderá beneficiar cerca de cinco milhões de brasileiros com problemas de audição. O modelo, em fase de desenvolvimento, elimina o formato adotado hoje pelas TVs, que usam um intérprete para traduzir para a linguagem de libras, em tempo real, as informações que estão sendo divulgadas. Em vez do intérprete convencional, que, geralmente, fica em um canto da tela, o aplicativo vai utilizar uma animação, uma espécie de avatar, para interpretar o conteúdo (ARAUJO, 2010).

A iniciativa vai gerar grande redução de custos com a contratação de tradutores, principalmente a partir de 2011, quando todas as emissoras de tevê serão obrigadas a transmitir pelos menos duas horas de programação diárias com a descrição do conteúdo do áudio. Para interagir com essa aplicação, o usuário deverá ter um receptor de tevê com *set-top box*, no qual já deve estar embutido o *middleware* ginga. O dicionário de sinais será fornecido em um pen drive, conectado ao *set-top box*. Para cada palavra que estará sendo transmitida, em tempo real, pela TV, corresponderá um sinal na linguagem de libras, que estará sendo representado pelo avatar. Ou seja, para cada palavra haverá uma representação em libras, gravada pelo avatar.

Para que esse sistema funcione dentro dessas especificidades, é preciso que as emissoras de TV adquiram um equipamento chamado gerador de libras, que também está sendo desenvolvido pela equipe do Lavid. O aplicativo “Libras na TV” tem um nível de interatividade limitado, pois não permite que o telespectador volte a mensagem, no caso de este não haver entendido a tradução feita pelo avatar.

Todas as aplicações interativas vão executar de forma idêntica em todos os aparelhos de tevê, independentemente do modelo e marca, em consonância com a filosofia que originou a criação do *middleware* ginga.

Tela digital: Aplicativo desenvolvido pelo Lavid/UFPB no contexto do projeto BEACON, um consórcio brasileiro e europeu que envolveu mais de 11 instituições, dentre elas, a Universidade Mackenzie, UFPB, o grupo italiano TMIRA e o canal NGT (Nova Geração de TV), de São Paulo. O aplicativo foi exibido pela NGT, no ano de 2010. A aplicação é executada em um curso interativo de gramática para estudantes de ensino médio de escolas de São Paulo. A opção por esse tipo de conteúdo resultou de levantamento nas unidades de ensino sobre os assuntos que representam as maiores dificuldades para os alunos durante o vestibular. O programa piloto, de trinta minutos, dividido em três blocos, tem a crase como tema, por se tratar de um dos conteúdos com maior demanda.

A aplicação foi desenvolvida em linguagem NCL². O primeiro bloco explica o que é a TV digital e o que é preciso fazer para interagir. O ícone de interatividade é apresentado no primeiro bloco, através de uma bolinha na tela, que vai aparecendo, e o usuário pode ir se familiarizando sobre como interagir, através das setas direcionais do seu controle remoto. No segundo bloco, começa a aula sobre crase, e o apresentador ensina dicas sobre o assunto e, ao mesmo tempo, ele vai interagindo com um quadro digital inserido na tela pela produção. Um cenário virtual, gravado em *chroma-key*³.

No terceiro bloco vem a interatividade. O aplicativo, disponível para quem tem *set-top box* com suporte a interatividade e também para quem não dispõe desse equipamento, apresenta quatro perguntas e quatro opções para cada questão. O apresentador faz as perguntas, que vão aparecendo na lousa mágica, e a possibilidade de interagir aparece através das opções de escolha de alternativas de resposta. Se não tem interatividade, o aluno vai memorizar a pergunta, e a apresentadora vai comentar a resposta. Quem tem interatividade vai poder responder às questões e, no final, a aplicação oferece o número de acertos e erros. Quem interage não tem acesso às respostas dos outros participantes, apenas ao resultado individual (TAVARES, 2010).

² NCL é a linguagem declarativa padrão do *middleware* Ginga e tem como foco o sincronismo de mídias, a adaptabilidade e o suporte a múltiplos dispositivos. No início, teve foco no sincronismo de objetos para documentos gerados para a web. Nos últimos anos estendeu seu domínio para atender também a aplicações para TV digital.

O bairro que eu quero: O Lavid, por solicitação da TV Cabo Branco, afiliada da Globo, em João Pessoa, desenvolveu a aplicação “O bairro que eu quero”, para o quadro do mesmo nome, que faz parte da programação dos telejornais locais. A aplicação foi executada em Mangabeira, o bairro mais populoso da capital, em 25 de setembro de 2009, quando a emissora promoveu um projeto de ação cidadã. A aplicação, em forma de enquete, foi um dentre os vários serviços oferecidos à comunidade pelo projeto ação cidadã. A iniciativa, pioneira na Paraíba, apresentou aos paraibanos uma noção de interatividade na TV digital, utilizando a tecnologia para estimular o exercício da cidadania ao motiva-los a influir nos destinos da comunidade onde vivem.

No bairro foi armado um estande com TV e conversor. O público, o mesmo que visitava os demais stands do projeto ação cidadã, escolhia os melhores e piores serviços daquele bairro, como saúde, policiamento, calçamento, transporte, iluminação, área de lazer e saneamento. Ao clicar no ícone de interatividade do controle remoto, surgia, primeiro, a tela com as opções de melhores serviços do bairro. O usuário escolhia uma das opções, pressionando no controle remoto um número de um a sete, correspondente ao serviço desejado. Em seguida, mudava-se para a tela com a pergunta referente ao serviço deficiente. Após os dois votos, a tela final indicava a porcentagem parcial das duas questões, com o índice vermelho atinente aos votos do pior serviço, e o índice verde, ao resultado do melhor serviço. Para desistir da participação, a qualquer momento, selecionava-se a tecla vermelha do controle remoto.

No total, 250 pessoas participaram das votações, que foram conduzidas ao longo do dia, sendo exibidas, ao vivo, nas três edições do telejornal local: Bom Dia Paraíba, JPB 1ª edição e JPB 2ª edição. A apuração final, também ao vivo, foi no último bloco do JPB 2ª edição. “Saúde” foi considerado o pior serviço, e “transporte”, o melhor.

A interface gráfica era transparente e sobreposta ao que estava sendo transmitido. Assim, os participantes podiam votar, enquanto assistiam ao telejornal, sem perder nenhuma informação do vídeo. As alternativas foram representadas por

³ Chroma-key é uma técnica de composição de duas imagens ou quadros em conjunto, no qual uma cor ou uma pequena gama de cores de uma imagem é removida, revelando outra imagem por trás.

números, visando oferecer o maior número de opções e facilitar a escolha dos usuários. Como a emissora não está apta à interatividade e não tem estrutura física para testar a aplicação nas casas dos telespectadores, a enquete foi armazenada em *pen drive*, acoplado ao *set-top box*, e, portanto, o conteúdo foi executado localmente (CIRNE, 2010).

Aplicações interativas criadas pelo Laboratório Natalnet-UFRN:

TV Mímica: esse aplicativo, desenvolvido pelo Natalnet, é voltado para a alfabetização de crianças e, como tem vários níveis de informação, pode ser utilizado por alunos com diferentes graus de aprendizagem nessa etapa do ensino fundamental. No nível inicial, a aplicação procura associar imagens a letras, evoluindo para a associação entre imagens e palavras. O laboratório vai divulgar e testar o aplicativo com crianças de escolas do interior do Rio Grande do Norte (BURLAMAQUI, 2010).

Twitter na TV: vai trazer uma nova funcionalidade ao universo da rede social *twitter*. No momento em que acessar o *twitter*, o usuário vai poder ver qual conteúdo de TV está sendo visto por cada um dos membros da sua rede de amigos. Esse usuário também verá quando um membro mudar de canal, tendo a opção de segui-lo. De outro modo, os seus seguidores também verão, em tempo real, o canal de tevê que está assistindo.

TV digital interativa e imersiva: trata-se de um novo conjunto de software que será adicionado ao *middleware* ginga e que vai aumentar o nível de interatividade e da experiência sensorial do telespectador. Esse conjunto de aplicações vai ampliar a experiência de ver TV, ativando os sentidos de quem está em frente à tela, proporcionando a sensação de imersão no conteúdo que está sendo exibido, a exemplo do cinema em quatro dimensões. Com essa tecnologia, os pesquisadores do Natalnet pretendem transferir para a sala de estar o ambiente de um filme, através de recursos como o som, iluminação, aroma, climatização, provocando no usuário a sensação de estar fazendo parte daquele contexto que está sendo exibido na tela. O telespectador pode acessar esses recursos e ter domínio sobre eles, através do controle remoto ou por um teclado sem fio (AZEVEDO, 2010).

Roteiros interativos desenvolvidos nas regiões Norte e Nordeste para o Programa Laboratórios de Experimentação e Pesquisa em Tecnologias Audiovisuais (XPTA.Lab), do Ministério da Cultura:

Produtores de audiovisual, das regiões Norte e Nordeste, reunidos no Programa Laboratórios de Experimentação e Pesquisa em Tecnologias Audiovisuais (XPTA.Lab), do Ministério da Cultura, desenvolveram, ao longo do ano de 2010, conteúdos interativos para TV Digital, dentro do projeto Estação Escola de TV Digital (EETVD), coordenado pelo Lavid (UFPB). Os roteiros interativos foram testados através da ferramenta VirtuaLabTV, uma espécie de laboratório virtual para testes a distância de conteúdos audiovisuais interativos, desenvolvida pelo Lavid.

Projeto NPD - Belém: trabalha o contexto escolar, através da visão de três personagens (alunos) e suas impressões. O telespectador pode escolher caminhos diferentes, através dos personagens e também informações sobre escola e enquetes.

Projeto Aperipê - Aracaju: documentário ficcional chamado “Lá em casa é assim”, que, através de situações vivenciadas por duas personagens principais, aborda temas diversos e abre possibilidades de interatividade para serviço público como concurso, serviço bancário, serviço de saúde e segurança.

Projeto NPD - Rio Branco: o programa é dividido em quatro blocos. O primeiro é documentário sobre a cultura no estado, dois são videoclipes de bandas e um, interprograma sobre um grupo teatral. Em cada um dos blocos a interatividade acontece conforme o contexto abordado, mas toda interação é baseada no tema central que é a cultura do estado, como, por exemplo, o recurso interativo sobre a agenda cultural.

Projeto ZooN – Natal: programa de auditório com a participação de duas equipes, composto por três alunos cada, que disputam uma gincana cultural. A interatividade é estimulada pela apresentadora em determinados pontos do programa, entre outros recursos interativos a opção de conteúdos jornalísticos, ilustrativos e documentais relacionados às perguntas feitas aos participantes do programa. O telespectador também participa da gincana, podendo responder às perguntas. A

pontuação do telespectador é somada ao *score* da equipe participante pela qual ele torce.

Projeto NPD - Teresina: programa informativo e educativo sobre o teatro em que se tem um apresentador que explica as características e os acontecimentos da história do teatro e, logo após cada bloco, o apresentador dá três opções de filmes relacionados ao contexto abordado para o público escolher e assistir.

Projeto ABD-PB – João Pessoa: teledramaturgia que aborda as diferentes formas de pedir aumento ao chefe. O roteiro em W, apresentando diferentes combinações de desfecho, a partir da escolha do telespectador, em determinados momento da narrativa.

Projeto ABCV - Salvador: programa em formato de seriado que aborda os quatro elementos da natureza em contexto vivido por personagens e com isso abre uma discussão sobre o desenvolvimento sustentável. A interatividade se dá por informações adicionais, enquetes e jogo.

Projeto NPD - Aracaju: programa que aborda o tema do ciclismo na cidade de Aracaju e, a partir do personagem ciclista, o telespectador é levado a conhecer a infraestrutura oferecida pela cidade e benefícios deste esporte. A interatividade está direcionada em mapas que calculam as distâncias de percursos, melhores vias e cálculos de benefícios da atividade, como, por exemplo, quanto se perde de calorias num determinado percurso.

Projeto Ideário – Maceió: programa que trabalha o turismo alternativo na cidade, a partir de comunidade de pescadores que recebe o turista. A interatividade se baseará em informações sobre a cidade, cultura, gastronomia e hotelaria, numa opção de turismo alternativo.

Projeto TV UFMA – São Luis: programa informativo que conta a história da cidade de São Luis e, na narrativa, o apresentador aborda também a TV digital e as possibilidades trazidas pela interatividade, convidando o telespectador a interagir em determinados momento do programa. A interatividade oferece recursos como saiba mais, enquetes e vídeos extras.

Projeto NPD - Fortaleza: documentário ficcional sobre situações de trabalho de três personagens (pescador, mototaxista e coletora de lixo) com interatividade que gira em torno de informações adicionais sobre a cidade, enquetes e escolha de caminhos no roteiro a partir dos personagens.

2.8 PRODUÇÃO DO PESQUISADOR EXECUTOR DO PROJETO

Produção científica
Artigos Revistas não indexadas: Artigo publicado na Revista da SET (Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão) com o título: Interatividade: SET 2010 antecipa formatos e linguagens da TV digital do futuro. Edição Nº 118, Dezembro /2010. ISSN 1980-2331.
Livros Capítulos: Produção regional e integração de conteúdos, decorrente de palestra publicada no livro I Fórum Paraibano de TVs Públicas na Era Digital. Contribuições da Sociedade para a construção de uma televisão interativa e de qualidade. Uma publicação do Pólo Multimídia da UFPB e Gráfica e Editora Universitária da UFPB. Dezembro/2010. ISBN 978-85-7745-627-7.
Trabalhos apresentados em congressos Eventos Internacionais: Artigos publicados e apresentados: Papo assombrado: uma proposta de programa interativo infantil para a TV Unesp Digital, durante o XIII Celacom, de 20 a 22 de maio de 2009, em Marília, SP. Cenários e desafios da digitalização para as TVs públicas , durante o I Simpósio Internacional de Televisão Digital, em 20 de novembro de 2009, em Bauru, SP. Participação em eventos Internacionais: XIII Celacom, de 20 a 22 de maio de 2009, em Marília, SP, com carga horária de 60 horas. I Simpósio Internacional de Televisão Digital, de 18 a 20 de novembro de 2009, em Bauru, SP, com carga-horária de 36 horas. Eventos Nacionais: Artigos publicados e apresentados, Palestras realizadas, Participação em Seminários de Pesquisa, Apresentação de Comunicações Científicas e Coordenação de Mesa-redonda:

Apresentação de artigo A reestruturação das TVs públicas na era digital durante o seminário nacional “Televisão digital: pesquisas em desenvolvimento” , dia 06 de novembro de 2009, no Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (Cesar) – UFPE, em Recife (PE).

Palestra sobre TV digital: panorama em emissoras regionais, durante a Jornada Televisão digital : panoramas e propostas, em 08 de abril de 2010, no auditório do Centro de Informática da UFPE, em Recife.

Coordenação de mesa-redonda e debatedora do tema “Programação regional e integração de conteúdos” , dia 14 de outubro de 2009, durante o I Fórum Paraibano de TVs Públicas na era digital, realizado na UFPB, em João Pessoa.

Apresentação da pesquisa A reestruturação das TVs públicas na era digital, na sessão de Seminário de Dissertação, durante o I Simpósio Internacional de Televisão Digital, dia 18 de novembro de 2009, em Bauru, SP.

Apresentação do artigo Cenários e desafios da digitalização para as TVs Públicas, em Seminário de Grupos de Trabalho, durante o I Simpósio Internacional de Televisão Digital, dia 18 de novembro de 2009, em Bauru, SP.

Apresentação de Comunicação Científica durante o Colóquio de Televisão Digital, promovido pela Faac-Unesp, de 03 a 05 de junho de 2009, em Bauru-SP.

Palestra sobre Rotinas de produção do jornalismo contemporâneo, dia 30 de maio de 2008, no I Encontro de História da Comunicação da UEPB, na Faculdade de Administração e Contabilidade da UEPB, em Campina Grande-PB, com duração de duas horas.

Participação em Seminários, Fóruns, Workshops e Oficinas:

Participação no eTAL- Encontro das Televisões Públicas e Culturais da América Latina, realizado de 6 a 8 de dezembro de 2010, no Hotel Golden Tulip Recife Hotel, em Recife-PE, com duração de 11 horas.

Participação no Seminário Transmídiação, as Experiências no Brasil, dia 11 de novembro de 2010, no anfiteatro do Centro de Informática (CIN), Campus da UFPE, em Recife-PE, com carga horária de 08 horas.

Participação no Curso de Roteiro de Ficção, promovido pelo Pólo Multimídia da UFPB e pela Associação Brasileira de Documentaristas (ABD-PB), dias 04, 05, 08 e 09 de novembro de 2010, no auditório do Polo Multimídia da UFPB, em João Pessoa-PB,

com carga horária de 20 horas.

Participação na III Oficina de TV Digital - Projeto VirtualLabTV- Lavid/ XPTA.Lab, realizada nos dias 28 e 29 de outubro de 2010, no campus da Unifor, em Fortaleza-CE, com carga horária de 16 horas.

Participação no Congresso Nacional SET 2010, promovido pela Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão, realizado de 24 a 27 de agosto de 2010, no Centro de Convenções Imigrantes, em São Paulo-SP.

Participação no Workshop de Aplicações Interativas para TV Digital, promovido pela ByYOU Digital, durante o Congresso Nacional SET 2010, dia 27 de agosto de 2010, em São Paulo, com carga horária de 04 horas.

Participação no Congresso SET Nordeste 2010, realizado no auditório da TV Jornal, em Recife-PE, nos dias 20 e 21 de julho de 2010, com carga horária de 14 horas.

Workshop: Redes Sociais nas Eleições 2010, dia 27 de abril de 2010, Hotel Faraó, em João Pessoa-PB, promovido pelo Sebrae-PB, com carga horária de 08 horas.

Oficina de interatividade para telejornalismo, promovida pelo Laboratório de Aplicações de Vídeo Digital - Lavid, com carga horária de 04 horas, realizada no Lavid-UFPB, dia 19 de abril de 2010, em João Pessoa-PB.

I Oficina de Televisão digital interativa – Projeto VirtualLabTV/LAVID-XPTA.Lab, realizada pelo Laboratório de Aplicações de Vídeo Digital - Lavid, UFPB, em João Pessoa-PB, dias 02 e 03 de março de 2010, com carga horária de 16 horas.

Oficina Ginga, realizada no I Simpósio Internacional de Televisão Digital, dia 20 de novembro de 2009, em Bauru, SP, com carga-horária de 05 horas, ministrada pelo professor Luis Fernando Soares, da PUC-RJ.

Seminário nacional Televisão digital: produção de conteúdos no ambiente da convergência, dia 05 de novembro de 2009, no auditório do Centro de Informática da UFPE, em Recife-PE, com carga horária de 08 horas.

I Fórum Paraibano de TVs Públicas na era digital, realizado dias 13 e 14 de outubro de 2009, na UFPB, com carga horária de 16 horas.

I Conferência Nacional de Comunicação-Confecom, Comunicação: meios para a construção de direitos e de cidadania na era digital, de 14 a 17 de dezembro de 2009, realizada em Brasília-DF, com carga horária de 27 horas.

I Conferência Municipal de Comunicação (Confecom), Comunicação: meios para a construção de direitos e da cidadania na era digital, dias 16 e 17 de novembro de 2009, no Hotel Xenius, em João Pessoa, com carga horária de 16 horas.

Colóquio de Televisão Digital, de 03 a 05 de junho de 2009, na Faac-Unesp, em Bauru, São Paulo, com carga horária de 20 horas.

II Fórum Nacional de TVs Públicas, realizado entre 25 a 28 de maio de 2009, no Senado Federal, em Brasília-DF, com carga horária de 19 horas.

Publicações Técnico-científicas:

Organizadora do Livro **I Fórum Paraibano de TVs Públicas na Era Digital**. Contribuições da sociedade para a construção de uma televisão interativa e de qualidade, uma publicação do Pólo Multimídia da UFPB e Gráfica e Editora Universitária da UFPB. Dezembro/2010. ISBN 978-85-7745-627-7.

Artigo Cenários e desafios da digitalização para as TVs Públicas, publicado no livro digital **Televisão digital: Informação e conhecimento**, uma publicação da Fundação Editora Unesp (FEU). Em fase de preparação na editora.

Resumo de artigo: Cenários e Desafios da Digitalização para as TVs Públicas, publicado em Caderno de Resumos do I Simpósio Internacional de Televisão Digital, realizado entre 18 e 20 de novembro de 2009, em Bauru, SP. ISBN N° 978-85-99679-14-2.

Resumo de artigo: A reestruturação das TVs Públicas na Era Digital. Publicado em Caderno de Resumos do I Simpósio Internacional de Televisão Digital, realizado entre 18 e 20 de novembro de 2009, em Bauru, SP. ISBN N° 978-85-99679-14-2.

Produção Tecnológica

Produção de programas de mídia:

Direção geral, concepção (em equipe) e produção (em equipe) do programa “Ciência Aberta”, com foco em Ciência e Tecnologia, para a TV UFPB, em João Pessoa. A série já conta com duas edições finalizadas, com estréia para primeiro semestre de 2011.

Serviços**Coordenação e organização de eventos:****Realizadores: TV UFPB e TV BRASIL**

Atividade desenvolvida: Coordenação e organização do “I Fórum Paraibano de TVs Públicas na era digital”, realizado dias 13 e 14 de outubro de 2009 e promovido pelo Pólo Multimídia da UFPB. Carga horária de 16 horas no evento e 150 horas na coordenação e organização.

Realizadores: Pólo Multimídia da UFPB E TV GLOBO

Atividade desenvolvida: Integrante da equipe de coordenação e organização do Seminário “Mídias Digitais: tendências e desafios na nova era da comunicação”, promovido pela TV Cabo Branco, afiliada da TV Globo na Paraíba, e pelo Pólo Multimídia da UFPB, dia 04 de maio de 2010, no Hotel Tambaú, em João Pessoa, com carga horária de 08 horas de participação no evento e 20 horas na coordenação e organização.

2.9 PARCERIA INSTITUCIONAL

Parceria entre Lavid (UFPB), Pólo Multimídia da UFPB (TV UFPB) e TV Brasil

O “I Fórum Paraibano de TVs Públicas na era digital”:

Durante os dois anos de realização do Mestrado em TV Digital da Unesp (2009-2010), foram mantidas parcerias entre o Pólo Multimídia / TV UFPB, o Laboratório de Aplicações de Vídeo Digital da UFPB (Lavid) e a TV Brasil que contribuíram para a construção da abordagem que se apresenta neste relatório técnico-científico.

Entre 13 e 14 de outubro de 2009, o Lavid foi um dos parceiros na realização do “I Fórum Paraibano de TVs Públicas na era digital”, promovido pelo Pólo Multimídia da UFPB. Uma das primeiras iniciativas visando envolver a universidade e também a sociedade na discussão sobre digitalização.

Esse evento apresentou um resultado muito significativo e superou as expectativas da organização, porque, além de reunir um público aproximado de 500 pessoas, teve uma ampla representação de toda a sociedade civil, trazendo Governo do Estado da PB, Prefeitura de João Pessoa, Câmara Municipal, deputados, sindicatos, várias representações da sociedade civil para discutirem digitalização e também um projeto de TV pública, com um modelo de programação compartilhada e de qualidade.

Nesse sentido, a discussão sobre as potencialidades da TV digital começou a ser debatida com toda a sociedade, durante esse evento, que fomentou também a discussão sobre gestão da comunicação pública, às vésperas da Conferência Nacional de Comunicação (Confecom).

O Lavid colaborou com uma palestra sobre “Interatividade na TV Digital Pública”, apresentada pelo coordenador do Laboratório, Guido Lemos de Souza Filho, e também com uma oficina sobre “Aplicações Interativas para TV Digital”, ministrada para todo o público por Raoni Kulesza, coordenador de projetos do Lavid. Essa atividade foi complementada pela apresentação ao público de aplicações interativas

para TV digital, desenvolvidas pelo Lavid da UFPB, algumas delas feitas para a TV Cabo Branco, afiliada da TV Globo, em João Pessoa.

Enquanto o fórum acontecia, essas aplicações foram mostradas na ante-sala do evento, no hall da Reitoria da UFPB. E o mais importante é que os participantes puderam interagir com essas aplicações, durante todo o evento. Então, além de explicar as funcionalidades e potencialidades da TV digital, o público teve a oportunidade de interagir. E as pessoas queriam conhecer de perto, tentar, experimentar.

Esse evento também impulsionou uma maior aproximação entre a TV UFPB e as televisões públicas do Rio Grande do Norte e de Pernambuco, além da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Com esses parceiros foi iniciada uma discussão sobre co-produções futuras, em várias temáticas, inclusive sobre cooperação para produções de conteúdos para TV digital, além de integração do campo público de TV.

A TV Brasil, que na época do evento ainda estava discutindo a parceria para retransmissão de sua programação pela TV UFPB, também trouxe importantes contribuições para o debate sobre TV pública e digitalização. O então diretor jurídico da EBC, Luis Henrique dos Anjos, fez palestra sobre “Regulamentação, financiamento e propaganda nas TVs Públicas”, trazendo contribuições para o tema, à luz da Constituição Federal, abordando também aspectos da digitalização. O coordenador de Relacionamento de Rede da EBC, Davi Molinari, também participou dessa mesa, enriquecendo as discussões sobre publicidade na TV digital pública.

Todas essas experiências estão reunidas em um livro, já lançado, do qual sou organizadora, e que está sendo disponibilizado para todas as representações da sociedade civil, o qual sintetiza as contribuições dos palestrantes e do público para a construção de uma TV pública interativa e de qualidade na Paraíba. Essas propostas de conteúdo se convertem em subsídios que a TV UFPB dispõe para definir a sua nova grade, no início de 2011, quando estará transmitindo a TV Brasil, em sinal aberto.

Oficinas do Lavid (UFPB):

Os conhecimentos gerados pela participação em três oficinas realizadas pelo Lavid, no ano de 2010 (02 e 03 de março, 28 e 29 de outubro e 14 e 15 de dezembro), nos campi da UFPB, em João Pessoa, e da Unifor, em Fortaleza, resultaram em contribuições significativas para a produção desse relatório técnico-científico, por terem oferecido informações sobre sistema de transmissão digital, sobre o middleware ginga, os conceitos e desafios da TV digital interativa, a Estação Escola de TV Digital (VirtuaLabTV), além de desenvolvimento de aplicações para TV Digital com NCL e Java.

Tais conhecimentos oportunizaram, também, a mim e a profissionais do Pólo Multimídia da UFPB, que estarão engajados na concretização da série de interprogramas, a possibilidade de conhecer as experiências de 12 parceiros produtores de audiovisual, de diversos estados do Norte e Nordeste, reunidos no Programa Laboratórios de Experimentação e Pesquisa em Tecnologias Audiovisuais (XPTA.Lab), do Ministério da Cultura, que desenvolveram, ao longo do ano de 2010, conteúdos interativos para TV Digital, dentro do projeto Estação Escola de TV Digital (EETVD), coordenado pelo Lavid.

A EETVD estrutura-se a partir da concepção de uso de uma infraestrutura capaz de viabilizar o desenvolvimento colaborativo de conteúdo interativo. O objetivo da EETVD é a formação e manutenção de uma rede distribuída e colaborativa de produção de programas para televisão digital interativa. O trabalho produtivo desta rede se organiza a partir do compartilhamento da infraestrutura física e equipamentos disponíveis na EETVD.

Os conteúdos interativos foram testados através da ferramenta VirtuaLabTV, uma espécie de laboratório virtual para testes a distância de conteúdos audiovisuais interativos, desenvolvida pelo Lavid. Essa ferramenta configura os equipamentos de transmissão e recepção. Ela consegue reproduzir as interações do usuário no ambiente real, além de mostrar-lhe o conteúdo sendo executado no ambiente real de forma simples e remota.

Durante as três oficinas oferecidas pelo Lavid, pode-se acompanhar algumas etapas do desenvolvimento dos roteiros interativos pelos doze consorciados aqui elencados. Esses conteúdos serão exibidos na grade de programação da TV UFPB e TV Brasil, no ano de 2011, sendo que alguns desses roteiros interativos poderão ser mostrados durante a série de interprogramas, a título de exemplo. Os doze roteiros foram produzidos pelo Projeto NPD – Belém, Projeto Aperipê – Aracaju, Projeto NPD – Rio Branco, Projeto ZooN – Natal, Projeto NPD – Teresina, Projeto ABD-PB – João Pessoa, Projeto ABCV – Salvador, Projeto Ideário – Maceió, Projeto TV UFMA – São Luís, Projeto NPD – Fortaleza.

O décimo segundo consorciado é o projeto Rede Nordestina Audiovisual (RNA) que é coordenado pela Associação Brasileira de Documentaristas/Seção-PB. O RNA é um portal com base de dados de vídeos que possibilita o compartilhamento de conteúdo para a distribuição de forma livre e legal. A versão do RNA para o projeto VirtuaLabTV se dá com o objetivo de usar as bases do portal para permitir o acesso e distribuição dos materiais audiovisuais dos parceiros por meio de uma comunidade virtual, inicialmente aberta apenas para os participantes dos projetos. Outra funcionalidade do RNA é o compartilhamento e armazenagem dos vídeos gerados pelos testes feitos pelos consorciados durante a utilização do VirtuaLabTV. A intenção é gerar um conhecimento dos conteúdos produzidos, assim como uma discussão de forma colaborativa e participativa, durante a fase de desenvolvimento dos projetos.

A cooperação do Lavid será indispensável durante a criação da versão final do projeto e do roteiro, através de consultoria de seus técnicos especializados. É nossa pretensão também contar com o Laboratório para a captura de imagens que vão mostrar, na prática, diversos exemplos de aplicações interativas desenvolvidas para TV Digital que farão parte da série de interprogramas.

TV Brasil

No que concerne à TV Brasil, é preciso também ressaltar que a articulação institucional, já iniciada com a participação da emissora no “I Fórum Paraibano de TVs

Públicas na Era Digital”, que forneceu subsídios para a série de interprogramas, está prevista na norma da Rede Nacional de Comunicação Pública/ Televisão (RNCP/TV) - NOR 603. Segundo o Artigo 46, o processo de articulação da Rede Nacional de Comunicação Pública/Televisão envolverá o compartilhamento de benefícios oferecidos pela EBC aos seus integrantes.

Essa norma também especifica, com detalhes, como se dará essa articulação com os canais associados, prevendo direitos e deveres. Os acordos visando futuras parcerias para co-produções entre TV UFPB e TV Brasil obedecerão à referida norma, apresentada, a seguir:

§ 1º. A abrangência e a medida de acesso aos benefícios serão diferenciadas de acordo com a modalidade associativa praticada em cada caso.

§ 2º. Os benefícios a que se referem o *caput* dar-se-ão da seguinte forma:

I - possibilidade de co-produção de programas com a EBC;

II - assessoria técnica para a captação de recursos dirigidos à qualificação da programação e à ampliação de infra-estrutura;

III - participação nos investimentos da EBC nas áreas de qualificação profissional e de aperfeiçoamento gerencial;

IV - participação nos investimentos da EBC voltados para iniciativas de atualização tecnológica;

V - acesso, via Banco de Compartilhamento de Conteúdos, à programação aportada pelos integrantes da Rede e por acervos de terceiros;

VI - acesso, via Banco de Compartilhamento de Conteúdos, ao material resultante de editais públicos de fomento para produção e para a digitalização de acervos.

VII - participação, como co-gestores, em programas regionais de fomento à produção de conteúdos;

VIII - participação na rede de serviços montada pela EBC, na qualidade de gestora da RNCP/TV.

2.10 CAPACITAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS

Estágio para estudantes de graduação da UFPB:

A série “Bê-a-bá da TV digital”, além das finalidades já relatadas, vai envolver estudantes de graduação da UFPB, constituindo-se em oportunidade de estágio. Como integrantes da equipe do programa, irão dar os primeiros passos visando exercer as competências profissionais para as quais estão se habilitando na Universidade, tendo a possibilidade de aprender com técnicos e profissionais especializados, durante as fases de execução da série.

Na proposta inicial de orçamento para a série é feita uma previsão do número de estagiários, total que será definido em etapa posterior, quando da elaboração do projeto final. Nos interprogramas deverão constar recursos que convencionalmente o telejornalismo lança mão (apresentação, *off*, passagem, sonoras), mas também contará com teledramaturgia e animação. Essas decisões serão tomadas durante o processo de criação da última versão do projeto e nas etapas de roteirização.

É possível fazer uma previsão de que serão engajados no projeto estudantes de Comunicação Social (Radio e TV), para as etapas de produção, gravação e edição dos interprogramas; de Artes Cênicas, que irão acompanhar e auxiliar em todo o processo de produção da teledramaturgia, incluindo roteiro, seleção de elenco, ensaios, gravação e edição, além de alunos que desenvolvem habilidades para trabalhar com videografismo e que irão atuar em parceria com o profissional que vai criar a identidade visual da série.

Alunos do Lavid/UFPB, ligados ao Departamento de Informática, envolvidos em projetos de desenvolvimento de aplicações interativas para TV digital, também farão parte da equipe de estagiários. Eles irão subsidiar a produção, tirando dúvidas sobre as funcionalidades e potencialidades da digitalização, oferecendo também suporte para as demonstrações de aplicativos para a série. Por estarem participando do projeto, terão a oportunidade de conhecer as rotinas da cadeia de produção televisiva, assim como de discutir com profissionais sobre o modo como os conteúdos interativos deverão ser apresentados aos telespectadores durante os interprogramas.

Benefícios à equipe executora:

A produção da série “Bê-a-bá da TV digital” pode oportunizar aos profissionais de televisão a chance de obterem mais conhecimentos sobre essa temática, assim como terão à frente o desafio de materializar as ideias aqui apresentadas, que dão uma demonstração das mudanças que estão sendo introduzidas no cenário televisivo e que começam a fazer parte das rotinas produtivas.

Vilches (2003) ressalta que as empresas de televisão, com seus profissionais, devem se preparar para um cenário de fusão de competências para a gestão e produção de novos conteúdos na era digital. Para esse autor, fica cada vez mais difícil para os meios de comunicação continuarem mantendo a individualidade de suportes, gêneros e formatos para rádio, imprensa e TV, pois estes já estão sendo integrados em vastas zonas multimídias.

Essa convergência significa também a incorporação de novas lógicas de saber fazer dos profissionais, das estratégias comerciais e dos conteúdos. Um fenômeno já muito comum é a incorporação de profissionais de engenharia, informática, marketing, artes visuais, externos à tradição jornalística, que passam a fazer parte da cultura dos meios de comunicação, trazendo suas contribuições que já são vistas nos produtos audiovisuais, através da alta qualidade das imagens, da convergência entre os meios e da interatividade.

2.11 DIFUSÃO

Estratégias de divulgação para a série “Bê-a-bá da TV digital”:

A - Divulgação das edições da série “Bê-a-bá da TV digital” na programação da TV UFPB, aberta, analógica, Canal 43, afiliada da TV Brasil (Contrato EBC/SUREDE – Nº 027/2010) para telespectadores da Grande João Pessoa, evidenciando a parceria com a TV Brasil. Além de veiculação, em nível nacional, pela TV Brasil, a série também ocupará espaço na grade de programação local, ampliando, assim, a visibilidade do produto audiovisual.

B - A estimativa de telespectadores, em nível local, é de 1,2 milhão de habitantes, a população estimada da região metropolitana de João Pessoa, que compreende 12 municípios: Bayeux, Cabedelo, Conde, Cruz do Espírito Santo, João Pessoa, Lucena, Mamanguape, Rio Tinto, Santa Rita, Alhandra, Pitimbu e Caaporã. Esses municípios reúnem um terço da população do estado e representam cerca de 50% do seu Produto Interno Bruto (PIB), segundo dados do IBGE (2006).

C - Disponibilização de todas as edições do “Bê-a-bá da TV digital”, no mesmo formato televisivo, no site www.ufpb.br, para acesso por toda a comunidade universitária, representada por 3.717 servidores técnico-administrativos, 2.170 docentes de primeiro, segundo e terceiro graus, e 28.761 estudantes de graduação. O portal da UFPB se apresentou, em 2010, como o terceiro mais visitado do estado, segundo dados do www.alexa.com. Este site monitora e registra as URLs mais vistas.

D - Há que considerar, também, os acessos em nível estadual, nacional e internacional, pela importância da UFPB no cenário educativo e cultural, o que sugere um grande fluxo de acessos aos vídeos da série, através desse portal.

E - Divulgação de todas as etapas do projeto, desde a aprovação pela TV Brasil até a

finalização, através de textos jornalísticos, com o recurso de fotos, na agência de notícias da UFPB (www.ufpb.br), referenciando a parceria com a TV Brasil e abrindo *link* para o site da emissora do Governo Federal.

F- A parceria TV UFPB e TV Brasil será também enfatizada no informativo mensal da Universidade, com tiragem de 10 mil exemplares, e circulação nos quatro campi da instituição e em nível estadual.

G - Cartazes com a divulgação da série “Bê-a-bá da TV digital” serão distribuídos nos quatro campi da instituição, para todas as Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) da Paraíba, órgãos do Governo do Estado e Prefeituras, além de escolas públicas e logradouros de circulação pública.

H - Diariamente, radialistas do Pólo Multimídia, transmitem, ao vivo, para diversas rádios de toda a Paraíba, as notícias da UFPB. Durante todas as fases da cadeia de produção da série “Bê-a-bá da TV digital”, as informações sobre a parceria chegarão a todas as regiões do estado, por meio deste instrumento.

I - As edições da série serão reproduzidas em 300 DVDs que serão distribuídos, de forma gratuita, a escolas públicas da Paraíba e às instituições federais de ensino superior de todo o país, visando divulgar essa experiência inédita na área do audiovisual. Em anexo a cada DVD será encaminhada uma correspondência ao destinatário, solicitando um “feed back”, por escrito ou através da internet, com as impressões sobre a experiência de recepção da série de interprogramas, individual e/ou coletiva, assim como sugestões e críticas para a melhoria do trabalho. Essas contribuições poderão ser enviadas por e-mail ou pelos correios. As respostas vão gerar elementos para a produção de uma nova série com as demandas que serão apresentadas sobre TV digital. Como a visualização da série também pode ser feita pelo portal da UFPB (www.ufpb.br), haverá espaço para as impressões dos telespectadores, dúvidas e sugestões sobre TV digital.

J- As redes sociais como facebook e twitter serão integradas à cadeia de difusão da série de interprogramas, pela importância que exercem hoje ao impulsionarem uma cultura mais participativa diante dos processos midiáticos. Jenkins (2009) ressalta o perfil e o mérito do receptor na atualidade, que, através das redes sociais, retransmite as informações de seu interesse, as quais atravessam diferentes suportes e atingem públicos diversos.

K - Informações adicionais sobre a série serão disponibilizadas no site www.ufpb.br, relatando as etapas do trabalho da equipe de produção e também trazendo o *making of*, assim como exemplos de potencialidades da TV digital que não foram contempladas na primeira série de interprogramas.

L - O lançamento da série deve reunir profissionais envolvidos no projeto, da TV UFPB e TV Brasil, a comunidade universitária e representações da sociedade civil em um coquetel, durante o qual será exibido um *teaser* que vai apresentar para o público uma pequena amostra do conteúdo de todos os interprogramas.

2.12 IMPACTOS

Impactos Científicos

- A implantação do sistema de tevê digital implica em muitos desafios, grande parte apresentados no referencial teórico deste relatório, mas, dentre eles, um dos maiores é a educação para as novas mídias e interatividade. Embora tenhamos uma sociedade altamente dependente da televisão aberta e terrestre, cuja penetração massiva atinge quase 100 por cento dos lares brasileiros, o desafio ainda é articular uma tecnologia de ponta a uma realidade com muitos entraves à inclusão digital (TEIXEIRA, 2009).
- Está aí um desafio para aqueles que pensam e definem as políticas públicas para o setor: criar possibilidades para que uma maioria excluída do contexto relacionado às novas mídias possa compreender as potencialidades que a digitalização proporciona e estar mais apta a interagir e aproveitar os seus potenciais recursos. Mas essa responsabilidade não se restringe ao universo das casas legislativas e gabinetes governamentais, pois é também missão da universidade, de seus pesquisadores e de todos os segmentos da sociedade civil comprometidos com a democratização da comunicação.
- Nesse cenário, a produção da série de interprogramas e sua veiculação em canais públicos podem dar uma contribuição no sentido de cumprir essa função social, mas também subsidiar a realização de pesquisas, no âmbito das universidades, sobre a receptividade dos telespectadores a essas novas linguagens, tanto por estudiosos do campo da comunicação, como por pesquisadores das áreas de educação e tecnologia. Ao acompanhar as formas de recepção e de aprendizagem dos telespectadores, esses cientistas terão novos elementos para estudar e entender as demandas sociais, nesse segmento, e, dentro de suas áreas de competência, proporem novas políticas sociais.

Impactos Tecnológicos

- A ampla difusão que a série terá pode propiciar o desenvolvimento de vídeos interativos por diversos segmentos que compõem o público que acessará os interprogramas, seja como espectadores da programação normal da TV Brasil e TV UFPB, seja pelo site da UFPB (www.ufpb.br), que também exibirá todos os conteúdos. Esse portal trará informações adicionais sobre cada interprograma e mais informações sobre potencialidades da TV digital que não foram contempladas pela série.
- Acreditamos que esse conjunto de iniciativas pode esclarecer um público que, além de assistir e criticar, também poderá dominar as novas linguagens deste veículo e propor novos gêneros e formatos. Esse público pode ser estimulado pela possibilidade de produzir aplicações interativas para TV digital ou simplesmente buscar formas mais criativas de participação na programação da TV com as potencialidades que as novas tecnologias oferecem.
- O estímulo à inclusão social, por meio das novas tecnologias, notadamente a digitalização do sistema de transmissão de sinais de radiodifusão, está previsto no Decreto 4.901, de 2003, que, ao instituir o Sistema Brasileiro de Televisão Digital, previu que este deve promover a inclusão social, a diversidade cultural do país e a língua pátria por meio do acesso à tecnologia digital, visando à democratização da informação.
- Também a Norma 603, que regulamentou a Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP/TV), estabelece que a programação das televisões públicas associadas à TV Brasil deve promover o desenvolvimento da consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania; o apoio a processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento garantindo espaços para exibição de produções regionais e independentes; a busca da excelência em conteúdos e linguagens e desenvolvimento de formatos criativos e inovadores; o

direcionamento da produção e programação pelas finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania.

Impactos Econômicos

- Além do apoio técnico, profissional e institucional da EBC e TV Brasil, buscar-se-á apoio cultural para viabilizar economicamente o projeto, que carece de pessoal especializado e com que a TV UFPB não conta em seus quadros, além de alguns equipamentos e outros materiais.

- A captação de recursos de instituições e de empresas privadas para fins de apoio cultural à série será possível graças à Lei 11.652 de abril de 2008, de caráter nacional, que criou a EBC para gerir um sistema de comunicação pública amplo e estabeleceu a formação da atual Rede Nacional de Comunicação Pública/Televisão (RNCP/TV).

- Pela norma da RNCP/TV, a política de publicidade institucional, de apoio cultural, de intervalos, de interprogramas, de captação e repasses na programação nacional terá como objetivo e fundamento o estímulo ao financiamento próprio das TVs integrantes da Rede, sendo seu regramento estipulado de acordo com os princípios da horizontalidade e da economia do conteúdo, com vistas à redução das assimetrias entre as emissoras e a valorização do aportador de conteúdos. A norma prevê que a EBC coordenará as operações de captação de publicidade institucional e de apoio cultural, bem como organizará o repasse dos recursos daí obtidos.

- Em 2009, a maior parte do orçamento da EBC foi custeada pelo tesouro nacional, sendo apenas 10% oriundos da publicidade institucional, e 10%, do Fistel, um fundo que advém de contribuições do setor de telecomunicações. Para 2010 o orçamento seria composto por 60% originados dos cofres públicos; 25%, da prestação de serviços e publicidade, e o restante, do Fistel.

- Anjos (2010) afirma que a EBC terá maior autonomia para gestão dos canais públicos à medida que diminuir a dependência das verbas do tesouro nacional. O referido autor estabelece a diferença entre publicidade institucional e apoio cultural, segundo o marco regulatório que criou a EBC. O apoio cultural é a exposição da marca do patrocinador sem o caráter comercial, mas como divulgação do patrocinador, atrelando a marca do anunciante ao projeto que está sendo exibido. A publicidade institucional é um anúncio que vende algo que não seja produto ou serviço. Assim, a publicidade institucional é interpretada como uma publicidade conceitual. A publicidade institucional, então, provocaria uma reflexão no cidadão sobre aquela ideia, conceito, por ela veiculada e, portanto, “deve-se exigir do mercado publicitário uma postura mais inteligente para um espectador mais exigente” (ANJOS, 2010, p. 50-51). Desse modo, não haveria venda de produtos ou serviços, mas de conceitos.

Impactos Sociais e Ambientais

Nas escolas e comunidades

- Ao ser exibida nas grades de programação da TV UFPB, TV Brasil e afiliadas, no site da UFPB e em salas de aula por professores, a série pode começar a fomentar a pluralidade de produções audiovisuais em comunidades e também no ambiente escolar, na medida em que torna esse público mais consciente sobre as potencialidades da tevê que está em expansão no país, assim como as inúmeras possibilidades de exploração desse meio. A série de interprogramas, dependendo do uso que se faça dela, em sala de aula ou em outros espaços, pode se converter em uma forma de produzir novos olhares sobre a televisão, apresentando novas facetas que a torne mais plural, rica em conteúdo e atrativa. Pode significar um pequeno passo, mas já se materializa em uma iniciativa para formar novas gerações de pessoas que assistem à TV, não apenas numa posição passiva frente à telinha, mas buscando caminhos

para propor mudanças e, principalmente, sendo agentes dessas mudanças.

- A série pode, por exemplo, despertar interesse e aptidões de alunos e de pessoas da comunidade para produzirem vídeos e programas experimentais e até iniciar parcerias com tevês comunitárias e universitárias, visando a produção conjunta de conteúdos interativos. Conforme Luz (2006), um telefone celular ou uma câmera fotográfica digital podem gravar alguns minutos de vídeo que, se bem planejados e com criatividade, podem gerar grandes ideias e muita inovação.

- Na prática, de acordo com Luz (2006), alunos podem aprender a pensar imagens e sons, através de alguns minutinhos de cenas do cotidiano escolar ou na própria rua, para mostrar em computador. Levar esses vídeos de curta duração, gravados numa pequena câmera amadora, para canais comunitários e universitários, pode gerar uma interação interessante entre os profissionais e os alunos.

Entre estudantes de graduação

- A inclusão de estudantes de Comunicação Social, Artes Cênicas e de Informática no projeto contribui para a formação profissional e também é fator motivacional para que as experiências sejam replicadas no meio universitário e também em outras instâncias da sociedade, através da produção de conteúdos audiovisuais interativos.

- A tecnologia de tevê digital proporciona um leque de possibilidades para a geração de programas e aplicações na televisão. Estudantes universitários podem vir a ser agentes multiplicadores de ideias e experiências nessa área, pelo fato de a cultura digital fazer parte do cotidiano destes, desde a infância, na condição de testemunhas e também participantes de uma evolução marcada, nas duas últimas décadas, pelo progresso tecnológico do digital, por um mundo mais conectado e pela rápida circulação de informações.

Para a equipe executora

- Assim como os estudantes de graduação absorvidos na produção da série de interprogramas, a equipe de profissionais das TVs Brasil e UFPB poderão desdobrar as experiências adquiridas na produção dos interprogramas, em suas áreas de atuação, através de novas criações dentro dessa temática, que sirvam para disseminar mais informações sobre as potencialidades da digitalização.

- A tevê digital pode ser comparada a uma estrada que leva a múltiplas direções ou a uma avenida de possibilidades, mas quem caminhará por esta avenida serão os profissionais motivados, conscientes e preparados para tirar proveito desta mídia de comunicação de massa.

Impactos Mercadológicos

- A primeira produção da TV Brasil e TV UFPB, exclusivamente dedicada a explorar as potencialidades da TV digital, pode servir de base para o desenvolvimento de outros programas para a própria emissora, para outros veículos do mercado, baseados nessa temática, assim como para outros setores da sociedade civil.

- Quanto mais os profissionais de comunicação e outros segmentos engajados na produção audiovisual conhecem com detalhes as possibilidades que a digitalização proporciona, mais é possível gerar programas interativos com formatos inovadores e modelos de negócios em TV.

- O avanço tecnológico e a popularização de produtos eletrônicos para captura, edição e reprodução de imagens, sons e textos fazem crescer no país a produção audiovisual assim como sua difusão, seja pelos canais convencionais de tevê, cinema, seja pela internet ou outras plataformas, instigando a produção de conteúdos pelo público.

- Griffiths (2003) afirma que a batalha pela atenção dos telespectadores permanecerá arrojada no mercado de mídia da nova era, no qual inovações continuarão a surgir rapidamente para o mercado e a abundância de escolhas, canais, marcas, mídia tradicional e conteúdo de arquivo irão competir com o entusiasmo dos usuários e consumidores por variedades de mídia alternativa, que ofereça mais recursos e habilidade de dominar rápida e inteligentemente os conteúdos disponibilizados.

2.13 EQUIPE

Pelo fato de a versão final do projeto para a produção da uma série de interprogramas com o “Bê-a-bá da TV digital” ainda não ter sido realizada, por estar condicionado a negociações com a TV Brasil, apresentamos, a seguir, uma previsão das especialidades necessárias, oferecendo, ao mesmo tempo, um detalhamento das qualificações exigidas dos profissionais.

Produção: Para desenvolver a série será necessário um produtor (que pode ser também gerente ou diretor de produção) e auxiliares da produção, cujas competências abrangem um amplo espectro, segundo Kellison (2007). O produtor impulsiona o projeto desde a ideia inicial até a transmissão, sendo o supervisor geral do projeto, acompanhando cada etapa do desenvolvimento e produção. Embora nem todo produtor geral seja responsável pela ideia inicial do que produz, pode, no entanto, ter uma ideia, escrever sobre ela, desenvolvê-la e promovê-la, fazer o orçamento de um roteiro, negociar um contrato, assegurar o financiamento etc.

Na classificação de Kellison (2007), o produtor executivo, que é outro crédito dado ao produtor, é quem contrata e despede atores e outros artistas, equipe técnica ou qualquer outro profissional necessário à realização do projeto.

A autora enumera cinco estágios de produção em TV: a ideia (desenvolvimento do projeto), o planejamento (pré-produção), a filmagem ou gravação (produção), o produto final (pós-produção) e, por último, finalização e distribuição. A ideia pode ser apresentada como um roteiro completo ou em uma sinopse de um parágrafo. Durante os estágios de produção, a ideia será desenvolvida, tomará forma e é possível que seja produzida. Nesse estágio, a produção supervisiona o desenvolvimento da ideia, incluindo enredo e descrição dos personagens, no caso de séries de ficção. Também faz uma estimativa aproximada de orçamento, seleciona e contrata um roteirista ou uma equipe de roteiristas para desenvolvimento da ideia.

Quando a ideia original toma forma, pode ser usada como um projeto inicial para a pesquisa e contratação da equipe essencial que o levará até o próximo passo. Dentre as atividades empreendidas durante o planejamento ou pré-produção está a

divisão do roteiro ou sinopse em partes para fazer uma estimativa aproximada do orçamento. De acordo com as necessidades do projeto, contrata e troca ideias com diretor de produção, produtor de locação, diretor, elenco, diretor de fotografia, produtor de arte, editor, compositor de trilhas, equipe de efeitos especiais, assim como contrata equipe técnica, a exemplo de operadores de câmera, sonoplastas, equipe de iluminação e áreas de produção, como figurino, maquiagem, cenógrafos, cenotécnicos, transporte e alimentação. Nesta fase, o roteiro é dividido para preparar o cronograma geral de filmagens, planilhas de escala de elenco e formulários para relatórios de produção.

No estágio da filmagem ou gravação, a produção troca ideias com roteiristas, supervisiona qualquer mudança no roteiro e trabalha em conjunto com o diretor de produção. Também discute e aprova todos os aspectos visuais da produção com o produtor de arte. Assiste ao material filmado durante o dia, geralmente acompanhado pelo diretor, e algumas vezes, pelo editor.

A fase de pós-produção é iniciada quando a imagem e o som já foram capturados, e as partes separadas estão prontas para seguirem para a ilha de edição. Cabe ao produtor um planejamento cuidadoso das filmagens e da pós-produção. Ele supervisiona regularmente o trabalho do editor e é responsável pela edição final, dependendo dos termos contratuais. Também assiste a todas as cenas, registra sua duração e fornece ao editor um rascunho (decupagem) contendo observações, referências de duração das cenas e número, assim como uma lista de todos os elementos gráficos e componentes de áudio.

Por último, quando o projeto já foi editado e está pronto para ser exibido, o produtor ainda tem de observar detalhes como pagamento de todas as despesas pendentes; faz um relatório de todos os gastos, podendo, também, ajudar a coordenar as atividades de divulgação do audiovisual, ao manter um controle cuidadoso, e escolhe apenas o material adequado para divulgar à imprensa. Finaliza, também, todos os contratos legais.

Na classificação de Kellison (2007) o produtor deve contar, em qualquer projeto, com um diretor, assistente de direção, diretor de fotografia, gerente de

produção, sonoplasta, produtor de arte e supervisor de pós-produção.

Direção – No processo de produção de um programa de TV, o diretor contribui de forma mais técnica, trabalhando com elenco e equipe técnica para determinar os blocos, ajustar a iluminação e ensaiar as falas, mas é o chefe de produção quem tem a palavra final e é responsável pelo projeto (KELLISON, 2007).

Assistente de direção- Pode contratar ou ser responsável pelos figurantes, assim como pode dirigir as cenas de plano de fundo. Em uma filmagem em estúdio, trabalha em conjunto com o diretor na sala de controle, comunicando as ordens do diretor para a equipe.

Direção de fotografia- Esse profissional trabalha com o produtor ou diretor para definir as imagens e texturas visuais das cenas e grava a ação. Pode supervisionar o operador ou operadores de câmera, ou acumular as funções. É responsável por planejar e definir os ângulos da câmera e supervisionar a iluminação.

Gerência de produção – O papel do gerente de produção é dividir o roteiro, criando o cronograma e o orçamento a partir dessa divisão. Controla os custos e negocia com fornecedores, podendo, também, negociar e contratar membros da equipe técnica, providenciar equipamentos e cobrir uma lista de detalhes essenciais. Em projetos menores, o produtor ou o assistente de produção acumula o cargo de gerente de produção.

Sonoplastia – As sutilezas do planejamento de áudio podem se perder no estágio de pré-produção, de modo que um bom produtor contrata um engenheiro de áudio, ou um sonoplasta, que possa capturar com clareza os diálogos, sons de fundo, sons especiais na locação e outros sons ambientes.

Produção de arte – Desde a criação de sets elaborados até a simples reorganização de móveis, o produtor de arte, chamado também de diretor de set ou de arte, trabalha em conjunto com o produtor e o diretor para criar o ambiente no qual a ação ocorrerá. Ele deve saber quais câmeras serão usadas e quais ângulos serão gravados. Usa *storyboards* ou esboços para desenhar o que será captado pela câmera.

Supervisão de pós-produção – Em projetos maiores ou mais complexos o profissional desta área é o produtor do estágio de pós-produção, coordenando todos os

aspectos dessa fase na cadeia televisiva.

Equipe técnica de apoio - além desse quadro de profissionais-chave, Kellison (2007) também elenca outras equipes que podem ser reduzidas, dependendo do orçamento da produção. A equipe técnica de apoio conta com os roteiristas, dentre os quais podem estar o pesquisador e os redatores e revisões do roteiro. Nessa mesma categoria técnica se encontra a equipe visual, na qual estão o artista que desenvolve o *storyboard*, diretor de iluminação, operador de câmera, assistente de câmera, fotógrafo, iluminador assistente de iluminação. Toda produção audiovisual deve ter uma equipe de áudio, que tem um operador de microfone boom, um técnico de som e assistente de áudio. A equipe administrativa pode contar com uma secretária de produção, supervisor de roteiro, produtor de locação, chefe de alimentação, chefe de transportes, segundo assistente de direção, assistente de produção e estagiários. Mas a autora sempre ressalta que o número de integrantes de cada equipe está sempre condicionado a fatores orçamentários e à dimensão do projeto.

A equipe de arte pode ser integrada por cenógrafo, decorador, produtor de objetos, assistentes, figurinista ou estilista, camareira, cabeleireiro, maquiador. A produção também deve pensar em ter uma equipe de efeitos visuais, habilitada para criar animação ou inserir elementos gráficos na lista de créditos de abertura, de encerramento e nas legendas do programa. Os elementos gráficos podem ser gerados durante a edição com programas como *After Effects* e *Photoshop*, ou podem ser criados por artistas gráficos em um estúdio de *design*.

2.14 DIFICULDADES

O fato de a TV UFPB e TV Brasil ainda não terem concluído, até a finalização deste relatório, em janeiro de 2010, o processo de instalação do sistema de transmissão aberta, em João Pessoa, Paraíba, que envolve infraestrutura física e de equipamentos, dificultou a concretização de parceria visando a co-produção de uma série sobre TV Digital e até mesmo a realização de um piloto.

O propósito para a série de interprogramas é a sua realização, em sistema de cooperação mútua, através do qual as duas televisões utilizarão seus recursos técnicos e corpo profissional para atender às demandas do projeto. As ideias apresentadas neste relatório serão encaminhadas à TV Brasil, a título de proposta para a co-produção. Essa iniciativa está acobertada pelo contrato de concessão do canal de radiodifusão pública para a UFPB, por meio do qual a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) assegura a viabilização de co-produções que garantam à programação nacional um caráter diversificado e plural, com valorização das identidades regionais, a partir das prioridades definidas pelo comitê formado pela Rede Nacional de Comunicação Pública /Televisão (RNCP/ TV).

2.15 COMENTÁRIOS GERAIS E PERSPECTIVAS

Este pré-projeto enseja a sua continuidade em outras etapas, quais sejam a formação de parceria, visando a produção de uma série de interprogramas, e a sua exibição em emissoras públicas e outros canais de difusão. Portanto, espera-se a concretização dessa proposta, em curto espaço de tempo, de modo a promover maior divulgação sobre as potencialidades da digitalização, tornando os telespectadores mais conscientes sobre as novas possibilidades que a tecnologia proporciona e mais aptos a interagirem e aproveitar os seus potenciais recursos.

Dentre todas as razões que já foram abordadas, ao longo deste relatório, acreditamos que o desenvolvimento da série fará jus a um dos princípios mais caros à política nacional de ciência e tecnologia, que é a inclusão digital, compreendendo-se que a transição para o modelo de televisão digital é mais que a substituição de uma tecnologia por outra e deve oferecer condições para que os cidadãos usufruam os novos serviços, social e culturalmente.

Ainda com base nesta filosofia que norteou a criação e implantação do SBTVD-T e considerando que um dos papéis primordiais das emissoras públicas de televisão é atender as necessidades sociais por informação, pretendemos expandir a oferta de conteúdos sobre essa temática, explorando-a com mais profundidade em futuras produções, ampliando a convergência com outras plataformas. A primeira produção da TV UFPB e TV Brasil, exclusivamente dedicada a abordar as potencialidades e funcionalidades da TV digital, pode servir de base para o desenvolvimento de outros programas, nestas emissoras e em outros veículos do mercado, baseados nesta temática, bem como para outros segmentos da sociedade civil.

A experiência com a série “Bê-a-bá da TV digital”, cuja abordagem é mais introdutória, será o ponto de partida para o desenvolvimento de outras produções, visando popularizar os recursos interativos que a tecnologia do *middleware* ginga oferece aos cidadãos e que podem se transformar em valiosas ferramentas para a melhoria do acesso à informação e à inclusão social.

2.16 AVALIAÇÃO

O Projeto se desenvolveu segundo a proposta originalmente definida?

Sim ☐

Não ☐

Se houve mudanças significativas, foram especificadas e justificadas?

Sim ☐

Não ☐

Houve importação de materiais e ou equipamentos?

Sim ☐

Não ☐

Houve solicitação de alteração de rubrica (custeio/capital)?

Sim ☐

Não ☐

Descrever as alterações:

Data: _____

Orientador(a) do Projeto: _____

3.1 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1.1 Cenários e desafios da digitalização para TVs do campo público

3.1.1.1 Conceitos sobre sistema público de comunicação

A literatura sobre os sistemas públicos de comunicação no mundo apresenta uma diversidade de definições, caracterizações e abordagens. Segundo Valente (2009), não há um entendimento consolidado sobre aquilo que define a natureza dos sistemas públicos. No Brasil, predominou, ao longo da sua história, o uso da expressão “sistema público de comunicação”. Em outros países, embora predomine a lógica de um “sistema”, a expressão original adotada é “*public service*”, “*broadcasting*” ou a aplicação resumida de “*public broadcasting*”. O autor afirma que mesmo o uso da expressão “*public service broadcasting*” guarda sentidos distintos, sendo aplicada apenas aos veículos públicos em alguns países ou ao conjunto dos veículos de concessionários de canais de rádio ou de TV terrestres, como é caso do Reino Unido.

Valente (2009) observa que, apesar dos termos diferenciados, é possível estabelecer uma relação entre a noção de sistema público e de *public service broadcasting*.

Ambos incluem os meios geridos direta ou indiretamente pelo Estado, os princípios programáticos que os regem e os legitimam no conjunto do sistema de mídia de um país ou região e as normas que estruturam sua organização e funcionamento. Esse sistema pode incluir tanto os diversos serviços dentro de uma mesma corporação, como é predominante no modelo europeu, ou um conjunto de órgãos com papéis diferentes que articulam diversos entes mantenedores de veículos, como ocorre no modelo estadunidense (VALENTE, 2009, p. 26).

O autor reuniu seis concepções acerca da noção de mídia pública, embora enfatize que há abordagens cujas características estão presentes em outras. São elas: elitista, educativa, pública não-estatal, pública como alternativa à mídia comercial, culturalista e a mídia pública como aparelho de Estado.

A concepção elitista foi hegemônica na construção de grande parte dos sistemas públicos de comunicação europeus e ganhou visibilidade, sobretudo, nos escritos do primeiro diretor-geral da BBC, John Reith. A abordagem elitista foi baseada em premissas iluministas, segundo as quais o conhecimento e a razão são fundamentais para o entendimento e inserção no mundo de maneira emancipadora. Assim como outras instituições e espaços de armazenamento e socialização de conhecimentos, o rádio deveria contribuir para diminuir o abismo existente entre a riqueza cultural produzida pelo homem em sua história e a população.

Burns (1977, apud LEAL FILHO, 1997, p.67), ao caracterizar a BBC, afirma que a cultura dessa experiência de mídia pública não é uma peculiaridade dela mesma, mas de um ambiente intelectual composto de fora por valores, padrões e crenças de uma classe média intelectualizada, especialmente daquela parte educada em Oxford e Cambridge. Valente (2009) enfatiza, a respeito dessa informação, que tal perspectiva partia da noção de que apenas essa elite tinha condições de visualizar o pacote de conhecimentos necessários à população.

Já a concepção educativa de mídia pública, assim como a elitista, parte da premissa de que a mídia eletrônica constitui mecanismo fundamental de difusão de conteúdos perante a população. Valente (2009) diz que a diferença entre ambas está no fato de que, na abordagem elitista, houve a formulação de um projeto totalizante pela necessidade de resposta às demandas simbólicas da população em um ambiente de monopólio estatal. Os representantes da corrente denominada educativa viam na mídia pública um instrumento de ampliação da formação da população.

Valente (2009) entende que não foi por acaso que essa visão apareceu fortemente na América Latina, durante o período mais intenso de industrialização da segunda metade do século XX, tanto pelas vozes de seus dirigentes quanto pelas agências internacionais que elaboravam políticas integradas para o continente. Colocava-se o desafio de atender à necessidade de mão-de-obra qualificada em um período de explosão demográfica que coincidia com a forte expansão de parques industriais.

Beltrán (2002) afirma que os projetos de televisão educativa partiam da ideia de que as mídias públicas massificariam a educação, apoiariam outros processos

educativos e permitiriam atingir, com relativa facilidade, as populações que estavam excluídas dos circuitos oficiais de educação. Valente (2009) lembra que a importância da teleeducação para o sucesso das nações latino-americanas foi registrada em documentos de reunião anual da Citel, realizada em 1968, no Rio de Janeiro. Segundo os anais do evento, o desenvolvimento econômico e social dos países latino-americanos está intimamente condicionado às mais amplas e eficientes oportunidades proporcionadas através do rádio e televisão educativas.

A decisão da Comissão Carnegie, nos Estados Unidos, que rejeitou as experiências de televisão educativa como modelo desejável para um novo projeto de TV pública naquele país, é citada por Valente (2009) como exemplo de mídia pública como alternativa ao modelo comercial. Essa comissão americana defendeu que um projeto de TV pública para o país deveria pautar-se pelo atendimento de todas as demandas informativas não contempladas pelos veículos comerciais, constituindo alternativa a estes.

Esta seria, em essência, a abordagem presente no *Public Broadcasting Service (PBS)* dos Estados Unidos, conforme Valente (2009), que vê nessa abordagem uma semelhança com os objetivos que deram origem à Empresa Brasil de Comunicação (EBC). “Ao se afirmar pela negação de algo, do modelo comercial, o predado público circunscreve tudo o que não faz parte do seu oposto, ou seja, o público seria outro termo para designar tudo o que não é comercial” (VALENTE, 2009, p. 33).

Nos Estados Unidos, complementa o autor, onde essa concepção ganhou força, a rede articulada em torno da PBS reúne tanto veículos mantidos por governos como emissoras operadas por organizações da sociedade civil sem fins lucrativos. No Brasil, o chamado “campo público” inclui desde emissoras comunitárias até legislativas, com base numa identidade não comercial.

A diversidade também aparece como um dos pilares dessa concepção. Hoynes (1994), ao analisar a formação histórica da TV pública nos Estados Unidos, afirma que a tevê pública, em sua previsão nos primeiros tempos, deveria prover uma alternativa ao padrão da TV comercial e refletir a diversidade do público estadunidense.

Essas duas noções - alternatividade e diversidade- estavam fundamentalmente interconectadas.

No sistema público não estatal, de acordo com a categorização apresentada por Valente (2009), a mídia pública seria aquela feita para o público, devendo constituir uma independência, protegendo-se tanto das influências do mercado quanto do controle do Estado. Essa seria a abordagem predominante nas experiências europeias e americanas. Para o autor, a subordinação a qualquer um desses pólos tiraria a dimensão universal de reflexão do público em favor dos interesses particulares, seja de um ou mais capitais, seja de um ou outro partido.

A compreensão de Valente (2009) é que a influência dos primeiros impediria qualquer noção de diversidade e de reflexão, ao infectar o meio público com a lógica homogeneizante e superficial da comunicação comercial. Já o controle dos segundos destruiria a independência editorial necessária à transmissão de conteúdos equilibrados que visem apresentar aos cidadãos aspectos relevantes de uma questão para uma tomada de posição autônoma a seu respeito.

A Unesco, durante o *World Forum on Eletronic Media*, realizado em Genebra, em 2003, defendeu que os meios de comunicação públicos devem procurar um distanciamento de ambos os pólos como condição para a produção de conteúdos imparciais e críticos. Por meio dessa estratégia, que guarda estreita sintonia com o conceito de “esfera pública” do filósofo alemão Junger Habermas, os meios públicos garantiriam a expressão do universal, através do debate de ideias entre as diversas opiniões existentes sobre cada tema. A “esfera pública”, segundo Habermas (1961), é a reunião de privados em um público que, a partir do uso da razão, discutem temas de interesse comum, formando uma opinião sobre estes.

Autores como Orozco, Fuenzalida, García-Canclini, Rey Beltrán e Martin Barbero apresentam dois aspectos ou análises centrais que estruturam a definição de mídia pública: a natureza autônoma e o compromisso cidadão com a diversidade cultural. Segundo Beltrán (2002), o primeiro está relacionado à necessidade de superar vinculação governamental do passado, retirando a tevê do domínio e da orientação hegemônica do Estado, levando-a para uma autonomia social e política.

Valente (2009) relaciona esse fenômeno à globalização ou integração de mercados em escala internacional, que ficou mais fortalecida no final do século 20 e fez com que os Estados perdessem espaço para núcleos de sociabilidade não mais baseados no território e na ideia de nação, mas em comunidades de interesse criadas a partir da multiplicação de vínculos relacionais e de vetores de constituição de identidades.

O segundo aspecto, que os autores ressaltam para definir a mídia pública, é que paralelamente ao fenômeno da globalização os meios de comunicação vêm ganhado posição proeminente, constituindo-se como *locus* privilegiado de produção de sentidos e de construção de identidades. Outra característica importante e que faz parte desse cenário é o papel das novas tecnologias. Elas impulsionaram a disseminação dos recursos de produção cultural que gradualmente está instrumentalizando os diversos grupos locais e de interesse a fazer parte do ambiente de circulação de mensagens, pressionando-os pela visibilidade da diversidade emergente nas recentes transformações políticas, culturais e sociais do mundo.

Martin Barbero (2000 apud RINCÓN, 2002) equipara uma televisão pública de cultura a uma tevê pública de qualidade, que se caracterizariam por:

Manter uma produção cultural própria, perpassando todas as faixas de programação; por construir uma relação particular e especial com a acelerada e fragmentada vida urbana; por desempenhar um papel alfabetizador da sociedade em relação às novas linguagens e aos meios técnicos da sociedade convergente, e também por ter uma concepção multidimensional da competitividade envolvendo profissionalismo, inovação e relevância social de sua produção (MARTIN BARBERO, 2000 apud RINCÓN, 2002, p. 41-81).

O compromisso programático diferiria dos modelos privados e estatais por interpelar os cidadãos, convidando-os à participação e ao reconhecimento social de suas diversas facetas multiculturais, conforme conclui Valente (2009).

Por último, a definição de mídia pública como aparelho do Estado. A abordagem apresentada por Valente (2009) traz um paralelo com a mídia pública de cunho culturalista. Ele afirma que, enquanto na abordagem culturalista o que define os sistemas públicos de comunicação é seu programa cultural e sua interpelação das

audiências enquanto cidadãos, a visão ancorada na tradição marxista baseia sua conceituação nos traços constitutivos da instituição Estado no capitalismo e de sua função na dinâmica conflitante que permeia o desenvolvimento desse sistema social: a luta de classes. Segundo a visão marxista, as instituições públicas não existem fora do Estado e, na verdade, se constituem em seus aparelhos.

A função do Estado, nesse processo, seria assegurar a dominação de uma classe sobre outra, como o uso do monopólio da força para coibir qualquer tipo de resistência ou crítica ao sistema. Segundo Gramsci (1978), para além da coerção, a outra forma central de dominação é a direção cultural, que se dá por meio da construção de consensos pelos aparelhos de hegemonia, a exemplo de escolas, igrejas, partidos e os meios de comunicação.

A indústria cultural, nesse sentido, tem um forte apoio no Estado e estabelece a mediação entre o capital, o Estado e as outras instituições das ordens econômica e política, de um lado, e as massas de eleitores e consumidores, de outro. Para Bolaño (2000), as classes dominantes organizaram um aparato que cumpre três funções fundamentais: a coesão social em um quadro de desigualdade (propaganda); dá suporte à valorização dos capitais em concorrência no sistema econômico (publicidade), e atende às demandas informativas do público para permitir o êxito dos dois propósitos anteriores(programa).

Conforme Valente (2009), os meios de comunicação públicos seriam aparelhos estatais que existem para garantir os interesses gerais do Estado, visto aí como capitalista coletivo ideal, na indústria cultural, cumprindo primordialmente a função de propaganda na construção de “consensos”, a partir da tensão dialética entre as posições hegemônicas no âmbito do aparelho e as demandas do público a quem se dirige. Além dessa dimensão ideológica, o autor aponta que a mídia pública também seria um agente na concorrência da indústria cultural, dependendo de recursos para que tenha êxito na disputa pela atenção do público.

Portales (2002 apud VALENTE, 2009) afirma que não existe uma mídia pública e outra estatal, mas uma mídia mais democraticamente controlada no aparelho do Estado, que seria chamada de pública, e outra controlada diretamente por um poder da República, ou governamental.

Tomando por base as seis concepções reunidas por Valente (2009), o modelo da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), criada em 2008, aproxima-se daquele que compreende a mídia pública como um espaço democrático necessário entre o mercado e o Estado. O complexo quadro institucional, no qual ainda está organizada a mídia pública no nosso país, será apresentado na sequência dessa abordagem.

3.1.1.2 O Sistema público de TV brasileiro

Um conjunto de fatores contribuiu para que, ao longo do tempo, fosse gerada muita incompreensão sobre os propósitos e fundamentos da TV pública brasileira. A trajetória das emissoras públicas educativas do país guarda algumas peculiaridades. O sistema público de TV só foi inaugurado em 1967, 17 anos após a estreia da TV comercial. Foi quando entrou no ar a TV educativa de Pernambuco. Entre 1967 e 1974, surgiram nove emissoras educativas, cujas origens e vinculações eram as mais diversas.

O Decreto-Lei 236 regulamentou a criação das emissoras de cunho educativo e, no mesmo ano, também foi instituída a Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa (FCBTVE), voltada ao fomento da programação educativa. Até meados de 1970, os governos estaduais implantavam rádios e TVs, e o governo federal atuava como centro de produção de programas educativos. Para atender a essa finalidade, o governo federal criou o Programa Nacional de Teleducação (Prontel) com a finalidade de coordenar as atividades desse segmento no país. Mas essa realidade mudou em 1975, quando o executivo federal passou a atuar como operador direto das emissoras (INTERVOZES, 2009).

O ano de 1975 também foi marcado pela criação da Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobrás), órgão responsável pela exploração dos serviços de radiodifusão do governo, e pela estreia da TVE do Rio de Janeiro. Além do atraso histórico, a TV pública surge sob a tutela da ditadura militar, que lhe impôs, de início, finalidades exclusivamente didáticas (ABEPEC, 2009). Aí estaria uma das razões para

explicar porque as TVs comerciais acabaram por estabelecer, quase que de forma solitária, as bases de funcionamento das emissoras públicas e a natureza das relações com os telespectadores.

A maior parte das TVs públicas foi criada nos anos 80 e 90, período que coincide com a redemocratização do país, mas, apesar disso e da ênfase na educação, cultura e cidadania, ainda estão distantes de poder cumprir as propostas que lhes deram origem (CARRATO, 2008). Razões de cunho político motivaram a criação de algumas emissoras. Outras têm seu histórico relacionado ao entusiasmo e idealismo de pioneiros da comunicação pública. De modo geral foram concebidas com objetivos instrucionais, visando complementar a lacuna do ensino básico neste imenso país.

Essa tendência foi revertida, em parte, somente na década de 80. Nesse período, as emissoras públicas educativas passaram a diversificar mais a programação, pois já havia o entendimento de que a TV não poderia substituir a escola. Assim é que os conteúdos transmitidos estavam também voltados para a identidade nacional, cidadania e a cultura brasileira.

Um fato que também impulsionou essas mudanças foi o Decreto 96.291, de 1988, e a Portaria 93, do Ministério das Comunicações, publicada em 1989. Através desses regulamentos, as TVs educativas obtiveram permissão para expandir e interiorizar o sinal, já que uma das dificuldades para expansão da rede era sua interiorização. Com essa permissão, algumas entidades e administrações de diversos municípios passaram a se interessar em ter uma retransmissora de TV, as chamadas Retransmissoras mistas (RTVs). Isso porque, graças ao decreto e a portaria, poderiam veicular 15% de programação local dentro da grade de conteúdos das tevês públicas educativas.

Políticos viram, nessa nova possibilidade, uma boa oportunidade para explorar estações menos reguladas e mais baratas que as geradoras e veicular conteúdos com fins eleitoreiros. Essa situação foi modificada, legalmente, por volta de 1998, depois de muitas pressões sociais e políticas, que exigiam mudanças no serviço de RTV. Foi então que o Governo reformulou o regulamento das RTVs, proibindo a inserção de 15%, mas reconhecendo a grande quantidade de retransmissoras mistas como geradoras (INTERVOZES, 2009).

Dentre os fatos marcantes da história da tevê pública brasileira, a Lei Sarney, promulgada em 1986, deve ser ressaltada por haver aberto às emissoras a possibilidade de buscar novas fontes de financiamento, já que permitia o que se convencionou chamar de patrocínio cultural. Desse modo, as tevês exploradas pelos executivos estaduais poderiam captar recursos no mercado e não exclusivamente serem mantidas com o orçamento público.

Durante os oito anos em que Fernando Henrique Cardoso esteve à frente do Palácio do Planalto, as emissoras públicas foram alvo da política neoliberal, que caracterizou o governo e que buscava reduzir a influência do Estado em todos os setores. Como reflexo dessa política, as TVs Cultura de São Paulo e TVE do Rio de Janeiro foram alvo de cortes de recursos e, por essa razão, adotaram novos modelos de negócio para autossustentação, optando por captar verbas publicitárias.

A forte pressão estatal do governo anterior desencadeou a formação da Rede Pública de TV (RPTV), em 1999, visando a formação de uma grade nacional, com predominância da programação das TV Cultura e TVE do RJ e retransmissão pelo conjunto de praças. A experiência durou dois anos. Desde então o país vive uma fase de mobilização social crescente, quando o assunto em pauta é o debate sobre o papel dos veículos públicos de comunicação. Em 2007, com a realização do I Fórum de TVs Públicas, em Brasília, proposto pelo Ministério da Cultura e Radiobrás, o tema vem ganhando mais notoriedade e, hoje, está na agenda da maior parte das associações de categorias profissionais, partidos políticos, além de diversos segmentos da sociedade civil organizada.

A criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), em 2008, foi outra iniciativa do governo federal, visando instituir um sistema público de TV mais independente da tutela governamental e com um modelo de gestão mais democrático que as estruturas e hierarquias até então vigentes na administração federal de comunicação. A EBC incorporou a antiga Radiobrás. A empresa pública gere a TV Brasil, a NBR- canal do governo federal - e a TV Brasil - Canal Integración. A TV Brasil é resultado da fusão entre a TV Nacional de Brasília e TVEs do Rio de Janeiro e Maranhão. Seu modelo de gestão conta com quatro instâncias deliberativas, que são os conselhos curador, administrativo, diretoria executiva e conselho fiscal.

O Coletivo Brasil de Comunicação- Intervoices, em recente estudo sobre os sistemas públicos de comunicação no Brasil e no mundo, destaca o modelo de rede da TV Brasil, enfocando o projeto de abrangência do sinal digital, bem como o intuito de se tornar a primeira emissora efetivamente pública de dimensão nacional, com um perfil voltado para o jornalismo e programas culturais, em nível local e internacional.

Com o novo modelo de rede e com a instalação de retransmissoras próprias, a perspectiva da direção da empresa é levar a emissora a 24 unidades da federação. No sinal digital estão reservados canais no espectro de radiofrequências para a TV Brasil [...]. Embora a Lei 11.652, que criou a EBC, estabeleça para as operadoras de televisão por assinatura veicularem obrigatoriamente o canal em todos os seus pacotes e planos, a TV Brasil é ofertada a 1,9 milhão de assinantes (96,27% do total) do serviço via satélite DTH, a 2 milhões de assinantes (57,66%) do serviço de TV a cabo em 96 cidades, e gratuitamente pela banda C para quem possui parabólica, o que representa um universo de 50 milhões de brasileiros (CRUVINEL, 2009 apud INTERVOICES 2009, p. 275).

A história do sistema público de comunicação brasileiro ainda registra fatos importantes como a Lei 8.977, de 1995, que disciplina a televisão por cabo no Brasil, e através da qual as emissoras públicas viram alargar o seu espaço de visibilidade. Esta lei estabeleceu que, para operar no mercado de radiodifusão, as operadoras de TV por assinatura devem veicular em seus pacotes e planos os canais básicos de distribuição gratuita, garantindo espaço para um canal legislativo, em nível estadual e municipal, além de também contemplar canais para a Câmara dos Deputados, Senado Federal, canal universitário, comunitário e educativo – cultural. Em 2002, a Lei 10.461 determinou que o Supremo Tribunal Federal fosse contemplado com um canal.

3.1.1.3 Digitalização e democratização

No Brasil, a chegada da TV digital é fruto de um processo histórico e não pode ser vista simplesmente do ponto de vista técnico e isolado do contexto da radiodifusão. A implantação no Brasil começa quando o Ministério das Comunicações cria, em 1991, a Comissão Assessora de Assuntos de Televisão (COM-TV), cuja

finalidade era apresentar propostas para uma política, de âmbito nacional, visando a implementação da TV de alta definição.

Várias etapas se sucederam até o Governo baixar as diretrizes e estratégias para a introdução do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD-T), instituído pelo Decreto 4.901, de 26 de novembro de 2003. Assim, conforme esse decreto, o SBTVD-T deveria alcançar objetivos como promover a inclusão social, a diversidade cultural do país e a língua pátria, por meio do acesso à tecnologia digital, visando a democratização da informação; propiciar a criação de rede universal de educação a distância; estimular a pesquisa e o desenvolvimento, propiciando a expansão de tecnologias brasileiras e da indústria nacional relacionadas à tecnologia de informação e comunicação, além de contribuir para a convergência tecnológica e empresarial dos serviços de comunicações.

As características do sistema foram anunciadas em junho de 2006, através do Decreto 5.820, que implantou o SBTVD-T. Nesse decreto, o Governo Federal definiu as características do sistema nacional, que difere dos três padrões existentes, o japonês (*Integrated Service Digital Broadcasting* -ISDB), o europeu (*Digital Video Broadcasting* – DVB) e o americano (*Advanced Television Standard Committee* - ATSC).

O padrão brasileiro, considerado o mais avançado, foi definido tomando por base o sistema de modulação japonês, mas com inovações tecnológicas, dentre elas, o *middleware* ginga, desenvolvido no Brasil. O SBTVD-T mantém as características da TV brasileira, aberta e gratuita para toda a população, mas introduz a possibilidade de ser captada por receptores portáteis e móveis, além de permitir maior interatividade do telespectador com a programação. O grande potencial que o sistema oferece de inclusão digital e social foi um dos fatores considerados, quando da definição do padrão nacional, tendo em vista que no país há, hoje, mais de 100 milhões de brasileiros usuários de televisores e 180 milhões de aparelhos celulares em uso, além do crescente número de acessos à internet.

Outro aspecto que marcou a introdução da TV digital no Brasil é a liberação de mais canais de frequência para a radiodifusão. O SBTVD-T estabelece a implantação de novos canais públicos, com programação sobre atos do governo,

educação, cultura e cidadania em níveis federal, estadual e municipal, em cada região do país, o que pode significar maior democratização da comunicação.

Em 2006, o Decreto 5.820, que implantou o SBTVD-T, assegura a reserva de quatro canais de radiodifusão públicos. O artigo 13 estabelece que a União poderá explorar o serviço de radiodifusão de sons e imagens em tecnologia digital, assegurando a criação de um Canal do Poder Executivo, para transmissão de atos, trabalhos, projetos e sessões e eventos; de um Canal da Educação, destinado ao desenvolvimento e aprimoramento do ensino a distância de alunos e capacitação de professores; do Canal da Cultura, voltado para a transmissão de produções culturais e programas regionais; do Canal da Cidadania, cuja finalidade é a transmissão da programação de comunidades locais, bem como para divulgação de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos de poderes públicos federal, estadual e municipal. O Canal da Cidadania poderá oferecer aplicações de serviços públicos de governo eletrônico no âmbito federal, estadual e municipal.

Essa legislação, segundo o Instituto Euvaldo Lodi (2007), atribui novas finalidades ao sistema brasileiro de radiodifusão, estabelecendo que a radiodifusão seja um instrumento de transformação social, na medida em que enuncia que a nova tecnologia adotada acarretará o desenvolvimento da educação a distância, o incentivo à pesquisa e ao desenvolvimento de tecnologias brasileiras e a pluralidade cultural.

3.1.1.4 Novos atores ampliam o debate

As atribuições estabelecidas pelo Decreto 4.901, de 2003, também se encontram em sintonia com debates e aspirações nacionais no campo da comunicação social, a exemplo do que envolve a democratização dos meios e da programação por eles veiculada. Hoje, há um maior envolvimento da sociedade civil organizada na busca por mais transparência nos atos daqueles que comandam mais diretamente as emissoras públicas.

Em um país dominado pelo modelo comercial de TV, o processo de migração das emissoras públicas federais do sistema analógico para o digital impõe desafios aos

governantes e à sociedade. Com a abertura democrática que o país vive nas últimas décadas, aumenta o interesse e o comprometimento de intelectuais, organizações e ativistas sociais dedicados à constituição de um sistema público de comunicação mais forte, assim como a luta pela garantia dos direitos e liberdades nesse campo.

Discutir a realidade das TVs públicas não é assunto de interesse apenas para quem atua nestas emissoras e, menos ainda, dos políticos em geral. A discussão, envolvendo este tópico, aponta para um aspecto essencial para democratizar a relação do poder público com a sociedade. A criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) inaugurou uma nova etapa no sistema público de comunicação, com a implantação de modelos de gestão, financiamento, produção e difusão de conteúdos que, pela primeira vez na história do país, podem ampliar o debate e a participação da sociedade na construção de um sistema que vai agregar experiências isoladas em torno de um mesmo projeto de comunicação pública rumo à digitalização.

Em nível nacional, há um movimento crescente que tem, como um dos temas centrais, a democratização do direito à comunicação, em contraposição a um modelo tradicional, unidirecional e concentrado, em que poucos se apropriam dos meios de produção e difusão de conteúdos (INTERVOZES, 2009). A 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), realizada em dezembro de 2009, em Brasília, foi representativa desse momento singular que vive a comunicação no campo público, porque reuniu a maior representação da sociedade civil imbuída na discussão de políticas para o setor.

Nas suas fases regionais e em dezembro de 2009, na sua fase nacional, foram abordados todos os grandes temas da nossa legislação, de modo a subsidiar o Congresso Nacional na elaboração de uma nova lei das comunicações. A sociedade teve uma participação efetiva, pois estavam presentes todos os segmentos do setor de comunicações, apresentando propostas que traduziram os anseios gerais da população, não somente para o segmento privado mas também para o campo público da comunicação.

3.1.1.5 Cenários e desafios

Às vésperas da 1ª Conferência Nacional de Comunicação, realizada em dezembro de 2009, o Brasil viveu um momento ímpar de efervescência política e mobilização em prol da construção de um sistema público de comunicação, fundamentado no reconhecimento do direito individual e coletivo no sentido de que todos são produtores de informação. No que concerne às emissoras de TV não comerciais, é voz corrente, entre as manifestações públicas, a luta pela conquista de um campo público de TV editorialmente independente, que estimule a formação crítica do indivíduo para o exercício da cidadania e da democracia.

Não obstante os longos anos de ditadura militar, durante os quais muitos canais não comerciais foram criados, e o árduo caminho percorrido por essas emissoras para construir sua identidade, hoje há um avanço e mais clareza quanto ao rumo que as TVs públicas devem seguir. O II Fórum Nacional de TVs Públicas, realizado em maio de 2009, em Brasília, representou, em certo grau, a essência desse contexto promissor. Além de haver deliberado sobre questões cruciais para o campo público de TV como regulamentação, financiamento e programação, ainda dedicou longas horas de debate, com representantes de todo o segmento, sobre o tema digitalização, realizando, também, propostas e encaminhamentos.

Uma das discussões do fórum, que está na agenda nacional, foi a reafirmação do direito das TVs Comunitárias e Universitárias ao espaço aberto de transmissão no processo de migração dos canais públicos do cabo para redes digitais. Nesse aspecto, o fórum reivindica que o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre incorpore os canais comunitários e universitários como players devidamente identificados no texto da Lei, disciplinando sua operação nos mesmos moldes previstos na Lei do Cabo. Outra importante discussão é que se garanta o acesso das TVs Comunitárias e das TVs Universitárias ao espectro da TV Digital Aberta Terrestre, com possibilidade de utilização de todas as funcionalidades da tecnologia: interatividade, multiprogramação, mobilidade e multisserviço.

No que concerne à liberação de mais canais de frequência para a radiodifusão, estabelecido no decreto 5.820/2006 de implantação do SBTVD-T, esse

fórum propôs que as TVs comunitárias tenham assegurada sua participação no novo Canal da Cidadania, previsto nesse mesmo decreto. Ainda no que se refere à migração dos canais públicos do cabo para redes digitais, há uma recomendação de que seja incluído um inciso adicional no artigo 3º do Projeto de Lei 277/2007, prevendo o Canal da Universidade, com gestão conjunta, autônoma e isonômica por instituições de ensino superior, autorizadas a funcionar pelo Ministério da Educação, as quais responsabilizar-se-ão por transmitir programação decorrente das produções realizadas por discentes, docentes e colaboradores das referidas instituições de ensino.

Outro pilar que precisa ser fortalecido, na conjuntura que envolve as emissoras de TV não comerciais, refere-se à distribuição de conteúdos à população no ambiente digital que está diretamente relacionada à capacidade tecnológica. Além desse fator, que impõe altos investimentos decorrentes da necessidade de modernização dos parques tecnológicos, há, sobretudo, a preocupação com uma política de circulação da programação.

Nesse aspecto, o II Fórum Nacional de TVs Públicas deliberou pela criação de um operador de rede pública único para transmissão digital, que congregue todas as emissoras de televisão do campo público. O direito à multiprogramação e à interatividade para a ampliação da transmissão e recepção de conteúdos que venham, de fato, colaborar para a construção da cidadania no Brasil, é outro ponto de discussão do fórum que esteve também na pauta da Confecom, em dezembro de 2009.

Para além das decisões do II Fórum Nacional de TVs Públicas, estudos realizados pelo Intervezes (2009) apontam duas alternativas para a construção de uma política de transição tecnológica que garanta a digitalização dos canais públicos:

A primeira é a articulação de uma rede das TVs públicas, liderada pela TV Brasil, com o objetivo de desempenhar a função de cabeça-de-rede, e pelas emissoras educativas estaduais. Essa rede terá uma grade comum de dez horas, sendo quatro produzidas pela TV Brasil, quatro pelo conjunto das associadas e duas especificamente do gênero infantil [...]. A segunda é o acordo para a construção de uma infra-estrutura única de transmissão no sistema digital. Ela tem o potencial de constituir um sistema misto, ao menos na oferta de programações, uma vez que contemplarão seis canais (TV Brasil, TV Câmara, TV Senado, TV Justiça, Canal da Educação e Canal da Cidadania), cada um dos quais podendo fazer multiprogramação. O acordo, para além da redução dos custos da transição, pode permitir a presença de várias programações que dificilmente poderiam ter acesso ao sistema digital

com recursos próprios, como as educativas estaduais (que serão carregadas no canal da TV Brasil) e as TVs Universitárias (que são carregadas no canal da educação) (INTERVOZES, 2009, p. 315).

O entendimento é que essa segunda alternativa permitirá uma política de distribuição de conteúdo no ambiente digital, garantindo a presença de todas essas programações em todas as cidades-pólo do país, utilizando-se de uma estrutura de retransmissão para a interiorização dos sinais. Por último, as pesquisas indicam que a infraestrutura única de transmissão no sistema digital possibilitará o carregamento obrigatório de um número mínimo de programações de emissoras públicas perante os serviços digitais de comunicação eletrônica dos operadores comerciais.

3.1.1.6 Financiamento e Regulamentação das emissoras não comerciais

A emergência das novas tecnologias da informação e comunicação e, particularmente, o advento da digitalização impõem a revisão das fontes atuais de financiamento das emissoras públicas, assim como o marco regulatório, pois está em construção uma nova era no sistema de televisão no país, com implicações que vão do campo técnico ao modo de o telespectador se relacionar com a TV.

Mudanças na regulamentação para a radiodifusão vêm sendo sugeridas pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), órgão da ONU, e estão sendo realizadas em diversos países, pela necessidade de criação de um ambiente de desenvolvimento de novas aplicações e serviços dinâmico, com menores custos, e de uma melhor utilização dos recursos e sistemas.

Quando se fala em marco regulatório, faz-se referência a uma mudança significativa nas leis, que vão traçar um novo paradigma nas relações dos diversos atores do cenário das telecomunicações brasileiras, incluindo, aí, o sistema de radiodifusão público. A conjuntura tecnológica e econômica impõe uma atualização na legislação que rege o segmento de televisão, tanto pública como privada. Isso porque o Brasil tem que acompanhar os avanços em uma área que alavanca negócios em todas as outras.

O Artigo 223, da Constituição Federal, prevê complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal de comunicação, mas ainda não há uma lei diferenciando estas categorias ou definindo o que estaria no escopo de cada uma delas. A própria Empresa Brasil de Comunicação (EBC) foi criada sem que houvesse uma reformulação do ambiente regulatório. O Decreto 236, de 1967, que criou as TVs educativas, está caduco. Um exemplo é que o artigo 13 estabelece que as TVs educativas não têm caráter comercial, sendo vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através destes. Esse decreto, em vigor há 23 anos, não foi ainda alvo de uma reformulação para adequá-lo à nova realidade da radiodifusão educativa.

Há divergências quanto à eficácia da Lei das Organizações Sociais (OSs), de número 9.637/9, pois, embora possibilite o recebimento de recursos provenientes de patrocínio e publicidade institucionais, não é um benefício que atenda às necessidades das emissoras na conjuntura atual, pelas lacunas existentes na sua essência (INTERVOZES, 2009). Usufruem dessa exceção apenas as TVs que se transformaram em OSs ou Fundações Públicas de Direito Privado.

É importante ressaltar, por exemplo, que a Lei 11.652, de 7 de abril de 2008, que criou a EBC, Empresa Brasil de Comunicações, embora contenha parâmetros de definição dos princípios que devem reger uma televisão pública até então inéditos no âmbito jurídico brasileiro, apenas regulamenta a emissora federal operada pela União, ficando as demais à espera de uma regulamentação específica.

Para além da necessidade de uma revisão no sistema que regulamenta o funcionamento do campo público de TV, há de se pensar que essas emissoras carecem de fontes de financiamento mais diversificadas e menos atreladas à tutela governamental e às ingerências políticas. A questão remete, mais uma vez, ao debate sobre o ambiente regulatório, que deve dar mais flexibilidade para que esses canais obtenham novas fontes de captação de recursos e busquem modelos de autossustentabilidade.

Na conjuntura atual, as verbas do orçamento público mantêm, majoritariamente, as emissoras educativas estaduais, legislativas e universitárias. O

financiamento das organizações públicas de comunicação se dá por meio de recursos públicos, provenientes da arrecadação de impostos, verbas orçamentárias, fundos públicos, publicidade institucional de entes públicos e de captações próprias, anúncios publicitários, apoios culturais, publicidade institucionais de entes privados e venda de produtos e serviços.

Na discussão nacional sobre o modelo de negócios que deve dar sustentação às TVs do campo público (universitárias, comunitárias, legislativas, educativas estaduais), há preocupações que vão desde a submissão da programação à lógica comercial - no caso de maior arrecadação da venda de anúncios publicitários e daí o atrelamento aos anunciantes - até a manutenção apenas com recursos dos cofres públicos. Outra alternativa em debate é a veiculação de publicidade institucional de entes públicos e privados.

3.1.1.7 Qual modelo de negócios?

A TV no Brasil está submetida a um processo de transformação com efeitos sem precedentes, estando aí implicados desde elementos básicos da produção e fluxos de distribuição até os comportamentos dos usuários, que, cada vez mais, consomem produtos audiovisuais e ajudam a conformar estilos de vida. Uma nova soberania do telespectador, convertido pelos apelos do marketing em suposto protagonista do processo e em destinatário final de todos os esforços da indústria das comunicações, da informação e do entretenimento (ARNANZ, 2002).

O conceito de televisão digital se relaciona com vários elementos que estão implicados na formação desse novo paradigma de transmissão. A TV digital é uma das manifestações mais visíveis e perfeitas da convergência tecnológica e dos meios de comunicação e entretenimento. Uma característica marcante da televisão digital é acumular conteúdos para outorgar-lhes um novo valor derivado de agregações e combinações múltiplas. A tela pode combinar o jornal do dia, um jogo interativo, um vídeo, além da programação tradicional de um canal de tevê. Tudo pode interrelacionar-se para gerar experiências de comunicação mais intensas.

A interatividade é a característica que mais se destaca quando a questão em foco é a criação de novos paradigmas para o uso da televisão, visto que potencializa o processo dialógico da televisão, transformando a transmissão massificada e unidirecional em uma comunicação bidirecional, com base em preferências individuais e na personalização da programação. Isto é, a televisão digital interativa não se mostra mais pertencente a um público telespectador passivo, mas também a ativos usuários.

Pablo Cesar e Konstantinos Chorianopoulos (2008) afirmam que essa nova lógica de funcionamento impõe mudanças na tradicional logística do conteúdo televisivo, baseada na tríade formada pela produção, distribuição e consumo. Na televisão digital interativa essa logística passa a ser baseada na criação, compartilhamento e controle. O consumidor do conteúdo pode se tornar também um gerador e transmissor de informações em áudio, vídeo e texto, participando de todo o processo, ao invés de se estabelecer somente como um mero espectador (CESAR e CHORIANOPOULOS, 2008).

Um dos desafios a serem enfrentados na definição de um novo modelo de televisão, para o campo público, são as mudanças que devem ser introduzidas na programação das emissoras, no tocante à produção de conteúdos, de forma a aproveitar as potencialidades proporcionadas pela digitalização, a exemplo da interatividade, além de buscar meios de promover a convergência com outras plataformas como internet e celulares.

Um leque de combinações possíveis será introduzido, paulatinamente, na configuração da TV comercial brasileira, criando novos modelos de negócios. Mas, quanto às televisões do campo público? Que modelos de sustentação econômica serão adotados para prover os telespectadores com conteúdos de qualidade, ampliando a audiência e diminuindo o fosso que distancia a programação das emissoras privadas e públicas?

Historicamente, o Brasil é um país onde as verbas oriundas dos cofres públicos ainda sustentam boa parte do orçamento dos grandes grupos de comunicação privada, através da publicidade governamental, enquanto uma pequena fatia desse bolo é destinada às TVs públicas. Levantamento divulgado no 1º Fórum Nacional de TVs Públicas, em 2006, expõe uma desproporção gigante. Entre 2005 e 2006 as

emissoras do campo público movimentaram R\$ 407 milhões, enquanto as emissoras comerciais, juntas, faturaram R\$ 11 bilhões (INTERVOZES, 2009).

As disparidades também são gritantes, quando se compara a movimentação das emissoras públicas entre si. As extintas TVE do Rio de Janeiro (hoje TV Brasil) e Radiobrás, incorporadas à EBC, arrecadaram R\$ 185 milhões, no mesmo período. A TV Cultura de São Paulo, R\$ 120 milhões; a TVE do Paraná, R\$ 18 milhões; a TVE do Rio Grande do Sul, R\$ 16,7 milhões; TVE da Bahia, R\$ 15,3 milhões, e a Rede Minas, R\$ 14,6 milhões.

As dificuldades de captação externa de recursos, em virtude das limitações impostas pela legislação, travam as emissoras públicas. Outro agravante são os custos elevados da modernização dos seus parques tecnológicos, além da fuga de anunciantes para investirem em plataformas lucrativas como a internet. Uma fonte esperada é o apoio da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), cujo modelo de gestão estabelece que as associadas poderão receber apoio financeiro e estrutural para melhorar a produção e parques de transmissão (INTERVOZES, 2009). Mas a própria EBC já foi alvo de contingenciamento de recursos, pelo próprio governo, ainda em seu nascedouro. No primeiro ano teve uma dotação orçamentária de R\$ 350 milhões que foi reduzida a cerca de R\$ 30 milhões, em razão de sucessivos cortes do governo federal.

3.1.1.8 Multiprogramação

A realidade tecnológica que marca a conjuntura atual enseja a democratização da televisão brasileira, se convertendo em oportunidade de alterar de forma substancial a condição marginal a que foram relegadas as emissoras do campo público e ainda pela possibilidade de os telespectadores passarem à condição de verdadeiros produtores de informação.

A digitalização traz em seu bojo um leque de novas funcionalidades que tornam mais dinâmica a relação do cidadão com a TV, porque enseja a criação e veiculação de conteúdos interativos, além do envio customizado e individualizado de

informações e outras possibilidades não menos significativas, como a agregação de conteúdos adicionais aos programas e a organização da grade de programação pelo próprio telespectador.

Mas, além disso, a TV digital é sinônimo de multiplicidade porque permite múltiplas funções, a exemplo da ampliação do número de programações em um mesmo canal, a chamada multiprogramação, pela otimização do espectro e pela capacidade de compressão de dados. A multiprogramação permite a inclusão de novos segmentos sociais na produção e distribuição de conteúdos audiovisuais.

E é tendo como princípio a inclusão social que as tevês públicas, principalmente as universitárias, estão tomando a dianteira nessa questão, porque vislumbram a possibilidade de alargar o universo de pessoas atendidas pelos programas de educação a distância ou mediada pelas novas tecnologias, notadamente através da oferta de formação profissional a diversas categorias, por meio da multiprogramação de TV.

A Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU) vê na multiprogramação uma janela para o incremento à educação no país. A Associação é uma das defensoras da operação plena de um canal de 6 MHz, em regime de multiprogramação. Em informativo, a ABTU (2009) ressalta que as TVs universitárias é o segmento que mais cresce no país com programação voltada para a promoção da educação, da cultura, das artes, da ciência, tecnologia e da valorização humana. Somente as afiliadas a ABTU produzem mais de 240 horas semanais de programação inédita.

As TVs Universitárias estão adotando modelos de gestão compartilhada de canais universitários, que estão localizados em 40 instituições de ensino superior. Esses canais foram criados e aprimorados de forma autônoma e com respeito às diferenças regimentais de instituições públicas, privadas e comunitárias (ABTU, 2009). Hoje, o parque técnico das afiliadas da ABTU possui mais de 650 funcionários, 50 estúdios próprios, centenas de ilhas de edição e câmeras. Tudo isso é um espaço de formação de novas competências profissionais, de apoio ao ensino e às ações comunitárias e extensionistas que beneficiam milhões de pessoas (ABTU, 2009).

3.1.1.9 Convergência tecnológica

O cenário de convergência de meios tecnológicos é outro desafio que também está na ordem do dia. Essa convergência é facilitada pela digitalização, que transforma todo tipo de informação em um código binário. Uma das consequências positivas dessa revolução foi a integração dos mercados de informática, telecomunicação e radiodifusão, cujas redes são agora capazes de transportar todo tipo de conteúdo.

Os conteúdos se transformam em bits e podem ser distribuídos por qualquer rede, promovendo a convergência que está em construção no Brasil. TV pela linha telefônica, no celular, no computador, no *iPod*, no carro, trem, metrô e em vários dispositivos fixos, móveis e portáteis (NEGROPONTE, 1995).

Henry Jenkins (2006) é uma leitura indispensável para a reflexão sobre a digitalização e suas consequências para a produção simbólica na nossa sociedade.

Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e novas mídias colidem, onde o público e as corporações da mídia cruzam-se, onde o poder dos produtores e dos consumidores da mídia interage em um caminho imprevisível. A cultura da convergência é o futuro, mas está sendo moldada no presente. Consumidores serão mais poderosos em uma cultura da convergência, mas somente se reconhecerem e usarem seu poder tanto como consumidores quanto como cidadãos, como participantes plenos de nossa cultura (JENKINS, 2006 apud SILVEIRA, 2006, p. 150).

Como as TVs públicas vão acompanhar esse cenário de transformações tão rápidas e radicais, mantendo e ampliando uma audiência cada vez mais segmentada e menos massificada, com nichos mais específicos que refletem a formação de telepectadores com perfis individualizados e menos afeitos à lógica tradicional de ver TV? A adoção da internet como plataforma alternativa de exibição da programação de TV e de outros conteúdos estabelece mais um desafio para as emissoras de televisão que passam a dividir o bolo de receitas publicitárias com as empresas de telecomunicações e de internet.

O site *iTunes* é um exemplo, citado por Renato Cruz (2008), antevendo para a TV o mesmo efeito desestabilizador que a companhia *Apple*, fabricante do iTunes,

provocou na indústria fonográfica, ao vender, entre 2003 e 2006, um bilhão de músicas e 15 milhões de vídeos, por meio dessa plataforma de reprodução de áudio e imagens. O *iTunes* seria uma dentre várias demonstrações de como o conteúdo digital pode gerar negócios fora do modelo das empresas tradicionais de comunicação.

O impacto dessas transformações atingiu fortemente o setor tradicional da música e aponta para a televisão que começa a enfrentar o mesmo desafio das gravadoras, tendo em vista o avanço da chamada tecnologia IPTV, a TV via internet de banda larga, que permite a transmissão dos sinais de TV pela mesma rede por onde trafegam as chamadas telefônicas. A potencial e crescente adoção da internet, como plataforma alternativa de exibição da programação de TV e de outros conteúdos, estabelece mais um desafio para as emissoras de tevê tradicionais, que passam a dividir o bolo de receitas publicitárias com as empresas de telecomunicações e de internet.

As multinacionais de telefonia que operam no Brasil ocupam as posições de liderança no ranking das companhias com mais faturamento. A Telefônica da Espanha lucrou cerca de 70 bilhões de dólares em 2006, seguida pela italiana Telecom, que faturou US\$ 41 bilhões, enquanto a brasileira Embratel não ultrapassou a cifra de 3,9 bilhões, ficando a Globo em último lugar, com US\$ 2,92 bilhões (CRUZ, 2008).

3.1.2 Televisão e educação para as novas tecnologias

3.1.2.1 TV pública e suas finalidades educativas

Atualidade, confiabilidade e relevância social e educacional são, cada vez mais, ingredientes indispensáveis para uma programação de qualidade na conjuntura atual, em que o telespectador está ficando mais e mais exigente, participativo, seletivo e crítico, integrando audiências mais conectadas e menos anônimas. As tevês públicas educativas brasileiras, que só nasceram depois que as emissoras privadas já estavam estabelecidas e consolidadas, em termos de programação, registram um longo histórico de dificuldades para encontrar uma identidade própria e, assim, atingirem uma faixa maior e mais diversificada da audiência (CARMONA E FLORA, 2003).

Produtores, diretores e todo o corpo profissional das tevês educativas sempre encontraram muitos desafios e adversidades de toda ordem para conceberem e exibirem produtos que reunissem informação, educação, cultura e entretenimento, sendo uma característica predominante a inadequação de linguagens e formatos.

Embora nas condições atuais a TV pública educativa não possa substituir a educação tradicional, pois, pelas suas características, não apresenta um aprofundamento de temas, pode se constituir em espaço para o fomento de interesses e curiosidades e do despertar para o senso crítico da realidade. O investimento em propostas de comunicação que contemplem projetos educativos, a exemplo do que está sendo feito pela TV Brasil, constitui-se em suporte à tarefa de revitalizar o ensino brasileiro, dada a diversidade da programação, que tenta atingir toda a massa de telespectadores, notadamente aqueles que acessam apenas as emissoras de serviço aberto e gratuito.

Os desafios que o célere avanço das tecnologias da informação e comunicação apresentam são uma das preocupações mais recentes das emissoras públicas, que têm de acompanhar esse desenvolvimento, quer equipando seus parques tecnológicos para transmitir em sinal digital, quer enfrentando as mudanças que a digitalização enseja na programação tradicional.

Há uma crescente mobilização nacional, visando sensibilizar governantes para entender a importância desse tipo de serviço público e também para que o mercado reflita sobre a sua responsabilidade e pense em dirigir recursos para a sobrevivência de uma televisão mais cidadã. A I Conferência Nacional de Comunicação, realizada em dezembro de 2009, em Brasília, foi uma iniciativa, sem precedentes, na história do país, visando a democratização dos meios de comunicação em geral e a luta por uma televisão pública feita para o cidadão, que dialogue com a sociedade civil e deva existir além da tela. A televisão pública educativa que sai do prédio das emissoras para buscar, nos centros urbanos e rurais, nos movimentos sociais de cultura e informação, inspiração para retratar a dinâmica social de seu público (INTERVOZES, 2009).

Na ordem do dia dos debates nas universidades e tevês públicas educativas, estão as mudanças provocadas pelas novas tecnologias na vida das pessoas, assim como seus impactos na programação das emissoras, que têm agora a responsabilidade de adequar suas equipes à nova realidade e desenvolver uma programação em sintonia com a convergência tecnológica, que possibilite interatividade e multiprogramação, além de maior qualidade de imagem e outros recursos proporcionados pela digitalização e que ensejam um novo modo de se relacionar com a televisão.

Além de buscar investigar os interesses e demandas da audiência em tempos de digitalização, as tevês públicas educativas redefinem e reorientam suas estratégias de programação para fazer face aos novos desafios. E uma das primeiras questões, com as quais as emissoras têm se debatido, é como explicar, informar, introduzir o tema digitalização entre os telespectadores, fazendo-os ter maior familiaridade com novos formatos e linguagens nunca antes experimentados na tevê brasileira, permitindo, assim, ao público atitudes menos passivas em frente ao aparelho de TV.

Algumas emissoras públicas, dentre elas, a TV Cultura de São Paulo, em parceria com pesquisadores da área de comunicação, ainda estão dando os primeiros passos no sentido de prover os telespectadores com um pequeno extrato dos impactos que a digitalização terá na programação. A TV Cultura de São Paulo introduziu a

multiprogramação em 2009, enquanto outras televisões públicas ainda estão apenas informando, em seus telejornais e em outros espaços da grade, as mudanças que estão por vir.

Dentre as diversas etapas a cumprir, destaca-se a necessidade de popularizar, junto aos telespectadores, os recursos que a digitalização proporciona, permitindo, através do telejornalismo e de outras possibilidades que o meio oferece, o conhecimento, a compreensão, a familiaridade com um leque de novas possibilidades de se relacionar com uma tevê muito mais interativa.

3.1.2.2 Potencial educativo da televisão

Magaldi (2006) afirma que a formação para a cidadania não pode mais dispensar uma consistente educação para as mídias, em especial para a televisão. Para a autora, é necessário educar para uma compreensão objetiva e crítica de sua linguagem e mensagens, para a identificação de como funciona enquanto mídia comercial, de como interage com as realidades socioculturais e políticas do Brasil e de todo o mundo. Na opinião de Magaldi (2006), seria muito desejável poder oferecer, aos mais variados públicos, programações voltadas para melhorar sua qualificação enquanto telespectadores.

Educar para a televisão consistiria em introduzir nas escolas um processo de aprendizagem de leitura e análise de comerciais, programas de TV, filmes e obras videográficas. Do mesmo modo que a leitura da linguagem verbal, essa aprendizagem exige, basicamente, uma prática devidamente apoiada e orientada. A leitura audiovisual mais qualificada expande a capacidade de compreender, distinguindo e ao mesmo tempo integrando conteúdos e formas. Apura a percepção visual e auditiva, permitindo identificar e apreciar a composição imagem – som – texto, que é a própria essência dessa linguagem e fonte de sua atração (MAGALDI, 2006, p. 117).

Para Orozco (2001), alguns aspectos revolucionários da televisão lhe conferem um potencial educativo distinto, podendo ser considerada um paradigma educativo. Graças à universalidade do código visual, apresenta, ao mesmo tempo, o

significante e o significado da mensagem, tornando-a mais fácil e agradável ao receptor. Numa comparação entre a televisão e o livro, Orozco (2001) reforça essa natureza específica da TV, ao afirmar que, no caso do texto, a palavra é um signo que se refere a um significado outro, que não está nela. Portanto, só é possível construir sentido através de uma ação interpretativa do leitor. Já o audiovisual se conecta aos sentidos dos interlocutores, estimulando a visão e a audição.

Interatuar com uma fonte educativa que interpela aos sujeitos-audiência essencialmente através dos sentidos e emoções é uma transformação paradigmática importante nas teorias e entendimentos educativos e, particularmente, nas concepções e compreensões da aprendizagem contemporânea (OROZCO, 2001 apud FORT, 2005, p. 93).

É também Orozco (2001) quem afirma que a televisão aberta continua sendo um objeto importante para a análise e para a educação das audiências massivas, sendo sua desconstrução pedagógica o maior desafio educativo, visto que por meio de sua programação são reconstituídas as audiências latino-americanas cotidianamente.

Fuenzalida (2003) e Orozco (2001) são defensores de uma maior aproximação das tevês públicas da audiência, com a finalidade de identificar espectadores em potencial, a fim de conhecer as expectativas quanto à programação a ser proposta às tevês educativas. Ambos afirmam que é preciso ensinar as audiências a ler televisão. Se os receptores conhecem mais as regras da gramática televisa, podem exigir dos produtores de audiovisual e interagir mais com o meio.

Para Fuenzalida (2003), na América Latina, os modelos de televisão pública devem privilegiar, com mais ênfase, as minorias e também legitimar espaços sociais, uma opção que ainda não se consolidou. Ele reforça a importância de a tevê se constituir em instrumento para a construção de políticas públicas, voltadas à formação de uma atitude crítica e ativa por parte da audiência.

Nessa discussão sobre políticas de democratização da tevê pública, diversificação de conteúdos e o espectro das audiências, Fuenzalida (2003) sugere que, do ponto de vista econômico e tecnológico, a regionalização da TV é uma opção mais viável, em lugar da tradicional retransmissão de programas produzidos em estúdios centrais. A explicação estaria no fato de que a produção independente e

autônoma das estações de TV pode ampliar a criação cultural televisiva nacional na América Latina, que ainda apresenta um severo quadro de concentração metropolitana e de marginalização de extensas zonas geográficas.

Fuenzalida (2003) não vê, na proliferação de novos canais, o caminho para que as possibilidades culturais e comunicativas da tevê pública se estabeleçam, mas, aproveitando as já existentes, para incorporar conteúdos que vão ao encontro das necessidades e dos perfis locais e amplos das audiências.

Ao reforçar a importância de focalizar as necessidades do que chama sujeitos-audiências, Orozco (2001) afirma que a análise da programação deve ser acompanhada por estratégias pedagógicas e materiais didáticos que permitam a desconstrução do processo comunicativo. Na interpretação de Fort (2005), acerca desse pressuposto, não se trata de fazer novas produções televisivas, mas apresentar à audiência estratégias e recursos para, através de sua programação preferida, aprender conscientemente. A programação, portanto, servindo como contexto de aprendizagem e promovendo uma desconstrução televisiva que, desde as instituições educativas e culturais, deve focalizar os sujeitos-audiência no sentido em que estes possam exercer uma atitude mais crítica e ativa no ato de ver TV, ou no que alguns autores chamam de televidências.

Segundo Orozco (2001 apud FORT, 2005), exercitando essa percepção, as audiências seriam mais seletivas em suas televidências, poderiam explorar e explorar-se durante o ato de ver TV, aprender a linguagem da imagem que permita ver sua manipulações e estereótipos, escutar os silêncios da mídia em relação a fatos importantes, notar as suas formas de exclusão, além de distanciar-se da programação, para exercer a crítica.

A convergência pedagógica atual entre o televisivo e o educativo tem de se fortalecer e se ampliar. As audiências têm muito mais a ver na televisão e a educação tem muito mais a aprender com a televisão (OROZCO, 2001 apud FORT 2005, p.101).

O pensamento de Martin Barbero (2000) acerca dessa temática encontra pontos de convergência com Fuenzalida (2003) e Orozco (2001). Para Martin Barbero

(2000) a televisão pública precisa trabalhar na perspectiva de construir linguagens comuns, visto que sua função precípua é a construção audiovisual das bases comuns da cultura nacional, sobretudo porque sobre essas bases se articulam as diferenças regionais e locais, além da complexidade geopolítica e cultural da nação.

A televisão, segundo Martin Barbero (2000), será cultural quando for um cenário social de produção e apropriação de significados, de construção de imaginários, memórias e identidades sociais, na qual o educativo seja dimensão fundamental. A especificidade da tevê pública que, diferentemente da TV comercial, interpela mais ao cidadão que ao consumidor, deve oferecer uma imagem permanente de pluralismo social, ideológico e político, segundo a visão desses autores.

3.1.2.3 A questão da qualidade e/ou “qualidades” da informação

Para além da discussão sobre políticas de democratização da comunicação e a ampliação das possibilidades culturais, educacionais e comunicativas da televisão, a preocupação em estabelecer os critérios de qualidade que norteiam a programação é tema recorrente entre estudiosos da comunicação social. Magaldi (2006) afirma que, quando se faz uma leitura mais aprofundada da TV, é possível identificar como cada vez mais se tornam fluídas as interfaces entre a informação, a ficção, a publicidade comercial e a propaganda. A fusão de formatos e conteúdos torna mais complexa, segundo a autora, questões como veracidade da informação e a qualidade da informação.

Martin Barbero (2000 apud FORT, 2005) salienta que, em televisão, a qualidade responde a uma concepção multidimensional da competitividade, qual seja, profissionalismo, inovação e relevância social de sua produção.

É de qualidade uma televisão que desenvolve o que caracteriza sua própria capacidade como meio de comunicação, isto é, a de captar a vida, suas rotinas e surpresas, [...] ao mesmo tempo em que expressa uma estética própria mediante a permanente experimentação de suas linguagens e expressividade (MARTIN BARBERO, 2000, p. 51 apud FORT 2005, p. 87).

Quando o tema é qualidade em televisão, um livro que é referência, na literatura sobre o assunto, é ***The question of quality: the broadcasting debate***, de Geoff Mulgan, publicado em 1990. Mulgan apresenta sete critérios. O primeiro é a qualidade como um conceito puramente técnico, a capacidade de usar bem os recursos expressivos do meio: a boa fotografia, o roteiro coerente, a boa interpretação dos atores, indumentária de época convincente. Segundo: a capacidade de detectar as demandas da audiência (análise de recepção) ou as demandas da sociedade (análise de conjuntura) e transformá-las em produto. O terceiro critério seria uma particular competência para explorar os recursos de linguagem numa direção inovadora (abordagem estética).

A abordagem que Mulgan (1990) chama de ecológica seria o quarto critério. Esta privilegia os aspectos pedagógicos, os valores morais, os modelos edificantes e construtivos de conduta que a TV promove. Como quinto item para definir qualidade, Mulgan (1990) vê o poder da tevê de gerar mobilização, participação, comoção nacional, em torno de grandes temas de interesse coletivo. No critério de número seis estão os programas e fluxos audiovisuais que valorizam as diferenças, as individualidades, as minorias. E por fim, no sétimo estaria a diversidade, entendida como a tevê que abre oportunidades para o mais amplo leque de experiências diferenciadas.

Arlindo Machado (2000) concorda com Mulgan, ao defender que se deva buscar um conceito elástico e complexo de qualidade. Para Machado (2000), uma televisão de qualidade deve ser capaz de equacionar uma variedade muito grande de valores e oferecer propostas que sintetizem o maior número de “qualidades”, tendo em vista que estamos em uma sociedade heterogênea e complexa, em que não existe nenhum consenso sobre a natureza do meio, sobre seu papel na sociedade e sobre o modo como devem interagir produtores e receptores.

Embora escritas em 1990, as ideias de Mulgan (1990) se mantêm atualizadas em tempos de digitalização, notadamente o sétimo critério, segundo o qual a qualidade na tevê está também na abertura para a participação das mais diferenciadas audiências. Isso porque a amplitude das novas tecnologias coloca os telespectadores diante de escolhas de possibilidades variadas de ação e comunicação.

O advento da TV digital, especificamente, potencializa às emissoras o pleno exercício desse sétimo critério, por meio das inúmeras possibilidades trazidas pela convergência e interatividade.

Educar, através da nova televisão, pode encontrar sua máxima expressão, quando possibilitar aos telespectadores a capacidade de produzir e analisar suas próprias mensagens. A TV que atende a esse propósito propicia uma educação e intervenção social e coletiva imprescindíveis para a formação da cidadania, na visão de Amaral e Pacata (2003), os quais apontam três desafios para educadores e comunicadores envolvidos na tarefa de educar para a TV digital. São eles a compreensão intelectual do meio, a crítica de suas mensagens e a capacitação para utilização livre e criativa. A qualidade, portanto, está imbricada com esses desafios, perpassando todos esses níveis de envolvimento com o meio televisivo.

3.1.2.4 Jornalismo como forma de conhecimento

A discussão do papel social dos profissionais da comunicação, responsáveis diretos pela qualidade da informação transmitida e pela produção e reprodução de saberes pelo meio televisivo, remete à abordagem do jornalismo como forma de conhecimento. Para Meditsch (1997), o conhecimento da realidade que o jornalismo produz é uma questão vital e estratégica para a sociedade e, por isso, o jornalista deve estar submetido a um controle social e a uma avaliação técnica mais próxima e permanente.

Na problematização dos aspectos que envolvem esse debate, o autor afirma que não se pode deixar de considerar que o conhecimento, no jornalismo, tem os seus próprios limites lógicos. Como toda outra forma de conhecimento, aquela que é produzida pelo jornalismo será sempre condicionada histórica e culturalmente por seu contexto e, subjetivamente, por aqueles que participam desta produção, bem como pela maneira particular como é produzido.

Inúmeras mediações condicionam o modo como o jornalismo cria e processa a informação sobre a realidade, desde o *schemata* profissional - o modo

particular como os jornalistas vêem o mundo, passando pelos objetivos, a estrutura e a rotina das organizações onde trabalham, as condições técnicas e econômicas para a realização de suas tarefas e, finalmente, o jogo de poder e os conflitos de interesses que estão implicados na circulação social desta informação (MEDITSCH, 1997, p.10).

Além dos critérios subjetivos e também políticos que interferem na elaboração da notícia e em outras atividades do jornalismo, Meditsch aponta a falta de transparência no processo de produção como um dos principais problemas do jornalismo enquanto forma de conhecimento. A notícia é apresentada ao público como sendo a realidade e, mesmo que o público perceba que se trata apenas de uma versão da realidade, dificilmente terá acesso aos critérios de decisão que orientaram a equipe de jornalistas para construí-la, e muito menos ao que foi relegado e omitido por estes critérios, profissionais ou não.

Meditsch (1997) faz um paralelo entre o conhecimento produzido pelo jornalismo e pela ciência, afirmando que o jornalismo valoriza aspectos da realidade, ou seja, o singular, que é excluído pela ciência. O texto só adquire sentido dentro de um contexto. Isto dificulta tanto a sistematização quanto a acumulação destes conteúdos, contrariamente ao que ocorre com a ciência que isola o texto do contexto. O autor conclui que o conhecimento produzido pelo jornalismo é mais sintético e mais holístico do que aquele produzido pela ciência.

O jornalismo não parte de uma hipótese nem de sistema teórico anterior, mas da observação não controlada (do ponto de vista da metodologia científica) da realidade por parte de quem o produz. Também se diferencia das ciências pelo tipo de corte abstrato que propõe. O isolamento de variáveis é substituído pelo ideal de apreender o fato de todos os pontos de vista relevantes, ou seja, em sua especificidade (MEDITSCH, 1990).

Meditsch (1997) partilha da mesma percepção de Lage (1985), para o qual o universo das notícias é o das aparências do mundo. O noticiário, conforme Lage (1985), não permite o conhecimento essencial das coisas, objeto do estudo científico, da prática teórica, a não ser por eventuais aplicações a fatos concretos. Por trás das notícias corre uma trama infinita de relações dialéticas e percursos subjetivos que elas,

por definição, não abarcam. Meditsch (1997) complementa que o jornalismo, ao contrário da ciência, é incapaz de explicar por si mesmo a realidade que se propõe revelar.

Traquina (1993), assim como Meditsch (1997) e Lage (1985), entende que o jornalismo não é uma imagem da realidade, extraída unicamente da realidade, mas uma construção em que diversos fatores interferem no produto final.

O critério da singularidade, da novidade, explorado fartamente pelo jornalismo, é discutido por Genro Filho (1987). Ele define o jornalismo como forma de conhecimento tomando por base as categorias hegelianas que definem o universal, o particular e o singular. Para ele:

[...] o critério jornalístico de uma informação está indissoluvelmente ligado à reprodução de um evento pelo ângulo de sua singularidade. Mas o conteúdo da informação vai estar associado (contraditoriamente) à particularidade e universalidade que nele se propõem, ou melhor, que são delineados ou insinuados pela subjetividade do jornalista. O singular, então, é a forma do jornalismo, a estrutura interna através da qual se cristaliza a significação trazida pelo particular e o universal que foram superados. O particular e o universal são negados em sua preponderância ou autonomia e mantidos como o horizonte do conteúdo (GENRO FILHO, 1987, p. 212).

Genro Filho (1987) afirma que como o novo aparece sempre como singularidade, estando sempre como o aspecto novo do fenômeno, a tensão para captar o singular abre sempre uma perspectiva crítica em relação ao processo. A singularidade tende a ser crítica porque ela é a realidade transbordando do conceito, a realidade se recriando e se diferenciando de si mesma.

Muitos estudos têm sido publicados, ao longo dos anos, enfatizando os aspectos problemáticos do jornalismo como um modo de conhecimento. Dentre os objetivos não cognitivos, inerentes aos meios de comunicação e recorrentes em todo o seu processo histórico, estão a luta comercial por audiência e o esforço político de persuasão.

Para fazer face a interesses econômicos e políticos de grupos e grandes conglomerados de comunicação social, o jornalismo se vale de características típicas de seu universo, como a velocidade e a espetacularização. Meditsch (1997) afirma que,

ao mesmo tempo em que a velocidade representa um limite, representa também uma vantagem em relação a outros modos de conhecimento. A velocidade não é uma característica exclusiva do jornalismo, mas, sim, da civilização em que vivemos que, por funcionar assim, necessita de informações produzidas rapidamente.

Quanto à espetacularização, Meditsch (1997) diz que o que distingue uma matéria jornalística de um relato científico, de um texto didático ou de um relatório policial, é o fato de que se dirigem a pessoas que não têm obrigação de ler seus conteúdos. Em consequência, o jornalismo procura de alguma forma aliciar as pessoas para que se interessem por suas informações, através de técnicas narrativas e dramáticas. O uso de técnicas dessa natureza se justifica amplamente pela eficácia comunicativa e cognitiva que proporcionam.

Já Tambosi (2005) afirma que o objetivo que move a atividade jornalística é a informação, não o conhecimento. O jornalismo, segundo o autor, torna públicas informações que de outra forma permaneceriam opacas. É o leitor ou telespectador que, de fato, adquirem conhecimento, ao receberem e processarem informações, através das quais pode formar representações verdadeiras da realidade, ou seja, ter crenças verdadeiras e justificadas. No entanto, ele pondera que é justamente nesta proposição que aparece a fragilidade epistemológica do jornalismo, pois nem sempre há como saber se as declarações das fontes são verdadeiras. Tais declarações, na maioria das vezes, não têm caráter hipotético, como é peculiar às ciências, mas são apresentadas e tomadas simplesmente como fatos.

3.1.2.5 A produção da informação

Nas empresas jornalísticas a realidade é descontextualizada e recontextualizada de acordo com as regras do campo jornalístico (BOURDIEU, 1997). O mundo social é descrito – prescrito, cada vez mais, pela televisão, que se tornou o árbitro do acesso à existência social e política, conforme previu o autor na década de noventa. Os efeitos que o desenvolvimento da televisão produzem no campo jornalístico, submetido às suas regras e economia de produção, são mais importantes

que aqueles que o surgimento da literatura industrial, a exemplo do que a grande imprensa e folhetim provocaram nas definições modernas da cultura (BOURDIEU, 1997).

Bourdieu (1997) traduziu a realidade em uma virada de século, cada vez mais intermediada pela televisão, constituída por um complexo sistema que envolve rotinas de trabalho, critérios de noticiabilidade, cultura profissional e operações jornalísticas que reconstroem os acontecimentos e elaboram representações da realidade.

Os jornalistas, conforme Alsina (2005), atuam na construção de um mundo possível, a partir de um mundo real. Para o autor, o mundo de referência é a matriz onde se constrói o mundo possível narrado. Para Machado (2007), esse universo passa a ser afetado pela natureza do digital nas imagens de representação da realidade, já que a imagem eletrônica se mostra ao espectador não mais como um atestado da existência prévia das coisas visíveis, mas explicitamente como uma produção do visível, como um evento de mediação. Segundo esse autor, o que a câmera capta do real é apenas uma matéria-prima para o posterior trabalho de produção significativa. As imagens digitais também constroem o real, mas representam uma inovação ao tornar visível o que não era *a priori*.

A tevê goza de hegemonia sobre os demais meios de comunicação, por se apresentar como a maior fonte de informação sobre o mundo político e social. Vilches (1996) afirma que as generalizações que a audiência faz, a partir dos programas televisivos, servem como orientação para construir a sua realidade social.

À frente dessa tarefa de mediação da realidade está o jornalista, presente em toda a cadeia de produção informativa. Mas como conceituar o que é notícia, cuja matéria-prima é a informação, e quais critérios são utilizados para a sua definição? Para Lage (1994) e Vizeu (2005), é uma representação social da realidade cotidiana, um bem público, produzido institucionalmente, que, submetido às práticas jornalísticas, possibilita o acesso das pessoas ao mundo dos fatos.

Antes de serem transformados em notícias e chegarem às telas dos telespectadores, os fatos passam por recontextualizações, conforme as regras e normas do campo jornalístico, dentre elas, os chamados critérios de noticiabilidade. A

primeira condição para que um fato seja noticiado é interessar a um grande número de indivíduos e responder a critérios como novidade, imprevisibilidade, excepcionalidade, relevância, notoriedade dos envolvidos, raridade e conflito. No processo da enunciação, as informações são submetidas a operações e construções jornalísticas, transformando-se em notícias. Os jornalistas, como sujeitos da enunciação, se convertem em mediadores creditados, autorizados, entre a cidadania e o poder, construindo, assim, uma parte da realidade social (VIZEU, 2005).

Vizeu (2005) apresenta uma relação de exemplos práticos sobre a utilização dos critérios de noticiabilidade no jornalismo televisivo, que também são chamados valores-notícia. Ambos trabalhados por Wolf (1994) e Hohlfeldt (2001) e relacionados à ideia de construção da audiência (VIZEU, 2005).

a) Importância: I - Grau hierárquico dos indivíduos envolvidos no fato – quanto mais o fato disser respeito às pessoas que ocupam uma posição de destaque na hierarquia social (personalidades famosas), mais possibilidade têm de virar notícia; II - Impacto sobre a nação e interesse nacional – diz respeito ao grau de significação e importância, de proximidades geográficas, de atingir o imaginário etc; III - Quantidade de pessoas envolvidas no fato – quanto maior for o número de pessoas envolvidas num desastre, quanto maior for a presença de pessoas famosas (autoridades, políticos, artistas) numa ocasião formal, maior é a visibilidade do fato e, por conseguinte, maior é o seu valor - notícia; IV - Relevância e significação do fato quanto à sua potencial evolução e consequência – fatos que apresentem consequências a se desdobrarem num tempo futuro, de uma maneira geral, são mais jornalísticos do que aqueles que se esgotam em si mesmos;

b) Interesse – A avaliação e categorização desse valor-notícia depende muito da perspectiva que os jornalistas têm da audiência e dos seus interesses. Vejamos algumas categorias que são, normalmente, usadas para identificar os fatos que correspondem a esse requisito de noticiabilidade: I - Histórias de gente comum em situações insólitas ou histórias de homens públicos surpreendidos no dia-a-dia da sua vida privada; II - Histórias em que se verifica uma inversão de papéis (um exemplo muito comum, utilizado nos Cursos de Jornalismo e até mesmo nas redações para definir o que é notícia, é que se um cão morde um homem, isso não interessa; mas se

o homem morder o cão, o fato vira notícia); III - Histórias de interesse humano (por exemplo, a mulher da favela que, apesar de todas as dificuldades, montou uma creche em casa para cuidar dos filhos das mulheres que vão trabalhar); IV - Histórias de feitos excepcionais e heróicos, a exemplo do bombeiro que coloca em risco a própria vida para salvar alguém numa tragédia.

3.1.2.6 Gramática televisiva: estratégias e configurações discursivas e técnicas dos conteúdos

Todos os critérios dos quais o jornalismo e outros conteúdos da produção audiovisual fazem uso não teriam utilidade, se não houvesse por parte do telespectador um domínio da gramática televisiva. Dos produtores de conteúdos pedagógicos se exige o conhecimento das regras do campo jornalístico (BOURDIEU, 1997), na tarefa de reconstruir os acontecimentos e elaborar representações da realidade. No entanto, dos telespectadores é esperado que tenham expectativas em relação aos produtos que lhes são oferecidos.

Para Mafacioli Carvalho (2006), os programas pedagógicos devem considerar a necessidade de oferecer ao telespectador um texto instigante e ágil, adequado à velocidade e agilidade da televisão. Segundo a autora, programas formatados num curto espaço de tempo têm mais condições de capturar a atenção do público do que programas longos, que acabam por desviar o interesse do telespectador. Em análise realizada sobre a programação da TV Escola e do Canal Futura, no ano de 2005, a referida autora observou que a curta duração não compromete o desenvolvimento de suas temáticas e que, mantendo a objetividade e focalização no tema, os programas que se propõem a lançar ideias, estimular o debate e despertar o interesse do receptor têm mais condições de obter um melhor aproveitamento, exatamente por optarem por um formato mais enxuto.

Essa não tem sido característica predominante das tevês educativas, desde a sua instituição no país. A adoção de linguagens e formatos que, nos primórdios, tentavam transpor para o vídeo o ambiente do espaço escolar, cedem lugar para

produções que intentam imprimir um caráter pedagógico à grade, através de programação diversificada, que procura fazer um elo com o currículo escolar, que ensina às pessoas como cuidar melhor da saúde, como trabalhar, sugerindo mudanças comportamentais para maior integração na vida social e familiar, além de inserção no mercado de trabalho.

Além da falta de recursos que sempre marcou a trajetória dos canais públicos e que dificulta a produção de programas que atinjam e interessem a toda a massa de brasileiros, há sempre o viés político que permeia a programação, já que as emissoras contam com apoiadores, seja através do patrocínio cultural de empresas e instituições, seja através da dependência direta de verbas públicas, o que, de certa forma, “engessa” o crescimento.

Há o constante desafio de propor uma TV com uma programação abrangente, que dê conta de toda a nossa diversidade cultural, em cuja grade haja predominância de finalidades pedagógicas, servindo como suporte à sala de aula tradicional e também proporcione conhecimento a públicos diversos, àquela grande parcela que está fora da escola. Investimentos na produção de conteúdos essencialmente educativos já não são a marca registrada das tevês estatais e públicas brasileiras, característica que predominou nos primeiros anos de funcionamento dessas emissoras.

Para atingir a finalidade de conferir qualidade à produção de programas educativos, não basta lançar mão de uma linguagem instigante e ágil, adequada à velocidade e agilidade da televisão, como foi antes relacionado. No mesmo estudo comparativo sobre a TV Escola e o Canal Futura, Mafacioli Carvalho (2006) ressalta a importância de uma escolha adequada dos apresentadores, condutores e outros atores discursivos. Estes têm seu valor na produção televisiva porque promovem um estreitamento dos laços de empatia com o telespectador, com vistas a capturar sua atenção, conquistar sua confiança e manter a credibilidade da informação .

Outra característica da gramática televisiva mencionada pela autora está no aproveitamento dos recursos visuais e sonoros, como imagens, trilhas sonoras, vinhetas, animações gráficas. “Esse é um aspecto determinante para que o resultado seja positivo em um texto televisivo, principalmente de cunho educativo” (MAFACIOLI

CARVALHO, 2006, p.204). A autora justifica sua afirmação, defendendo que um texto que pretende educar carrega consigo informações geralmente novas e, por essa razão, a produção deve buscar inovação nos modos de apresentação da informação.

[...] o caráter pedagógico deve estar presente, mas trabalhado de forma diferenciada do modo como é feito em sala de aula. É no ajustamento do modo de apresentação das informações a esse meio de aprendizagem que parece residir a maior parte dos problemas encontrados na produção de programas educativos (MAFACIOLI CARVALHO, 2006, p. 204).

Embora não haja regras estanques para a construção de produtos televisivos com fins pedagógicos, um dos caminhos, conforme a visão da autora, parece ser a adequação da linguagem educativa ao meio, mediante o emprego de recursos da própria gramática televisiva. As estratégias estariam em possibilidades como o uso eficiente dos recursos sonoros e visuais, o cuidado com o tempo de duração de cada episódio, a opção por uma estruturação narrativa mais veloz e fragmentada, a recorrência a recursos de hibridização de textos, a objetivação no tratamento dos temas, a atenção com os cenários, a adequação na escolha de apresentadores e outros atores discursivos.

É preciso também dimensionar outro aspecto, como a diversidade de linguagens, que se cruzam no texto televisivo. Neste aspecto, Nísia Martins (2006) chama a atenção para o aparato técnico do domínio televisivo, classificado a partir dos aspectos primários e do tratamento e constituição final da imagem. O primeiro grupo é responsável pela constituição básica dos textos-mensagem, os quais são preparados, organizados e determinados nos momentos que antecedem a utilização do aparato técnico-eletrônico propriamente dito. São eles o roteiro, figurino, maquiagem, cenário, modos de interpretação ou apresentação, direção, enquadramento, iluminação.

Já no que se refere à finalização da imagem que será exibida ao público, se faz ampla utilização de recursos estéticos que contribuem para a composição da linguagem que constituirá o conteúdo televisivo, tais como edição, cortes, montagem, planos, ângulos, movimento de câmera e sonorização. No processo de edição não linear, feito em computador, por exemplo, os sons, os movimentos de câmera, as imagens e os planos podem ser tratados em qualquer ordem e também reordenados

facilmente, da mesma forma que manipulamos as palavras em um processador de textos.

Graças a esses recursos que a edição não linear digital proporciona, é possível ao profissional editor de televisão ter, na tela do computador, uma visão global e detalhada do conteúdo que está sendo editado, permitindo, além de uma economia de tempo no desenvolvimento das atividades, uma grande flexibilidade de criação no tratamento e na construção de imagens. Isto porque essa tecnologia de edição digital também apresenta, como vantagem, a possibilidade de integrar materiais procedentes de diferentes meios e formatos, como vídeos, fotos, imagens analógicas digitalizadas, imagens e áudios digitais feitos por telespectadores.

Assim, a imagem digital, que é matemática, pode sofrer praticamente qualquer tipo de transformação, dependendo da necessidade e criatividade do homem e de sua capacidade de manipulação. Isso ocorre porque, no processo de digitalização, a unidade mínima da imagem, o pixel, é representada por bits e combinações de bits, podendo, assim, ser transformada por um computador, em fração de segundos, dependendo do poder de cálculo do equipamento empregado na edição de conteúdos televisivos.

De acordo com Machado (2007), à medida que o público for se acostumando às imagens digitalmente alteradas, à medida que essas situações se tornarem cada vez mais visíveis e sensíveis, até como uma nova forma estética, e que os próprios instrumentos dessas alterações estiverem ao alcance de um número cada vez maior de pessoas, também para manipulação no plano doméstico, o mito da objetividade e da veracidade da imagem fotográfica (e em movimento) desaparecerá da ideologia coletiva e será substituído pela ideia muito mais saudável da imagem como construção e como discurso visual (do real).

4 REFERÊNCIAS

ABTU. **Associação Brasileira de Televisões Universitárias**. [S.l.], 2009. 1 folder.

AMARAL, S. F. do; PACATA, D. M. A TV digital interativa no espaço educacional. **Jornal da Unicamp**, Campinas, n. 229, set. 2003. Disponível em: <http://www.unicamp.br/unicamp_hoje/ju/setembro2003/ju229pg2b.html>. Acesso em: 03 jul 2009.

ANJOS, L. H. M. Regulamentação, financiamento e propaganda nas TVs públicas. In: FEITOSA SILVA, D. M; MOURA, S. R. (Org.). **I Fórum paraibano de TVs públicas na era digital**. Contribuições da sociedade para a construção de uma televisão interativa e de qualidade. João Pessoa: Ed. Universitária/UFPB, 2010.

ARAUJO, T.M.U. **Libras na TV**. João Pessoa:UFPB, 2010. Entrevista concedida a Diolinda Madrilena Feitosa Silva.

ARNANZ, C. M. **Negocios de Televisión**. Barcelona: Gedisa editorial, 2002.

AZEVEDO, S. O. de. **Arquitetura para aplicações interativas imersivas de televisão digital**. 2010. 43f. Tese (Doutorado em Engenharia Elétrica e de Computação) – Programa de Pós-graduação em Engenharia Elétrica e de Computação, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal. Qualificação de Doutorado.

BECKER, V.; MONTEZ, C. **TV Digital interativa**: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil. Florianópolis: UFSC, 2005.

BELLONI, M. L. **O que é mídia-educação**. Campinas: Autores associados, 2001.

BELTRÁN, G. R. O cenário móvel da televisão pública: alguns elementos do contexto. In: RINCÓN, Omar. **Televisão pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002.

BOLAÑO, C. R. S. **Indústria cultural, capitalismo e informação**. São Paulo: Hucitec, 2000.

BOLAÑO, C. R. S. ; BRITTOS, V. C. **A Televisão Brasileira na era digital**: Exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BRASIL. Decreto 4.901 de 26 de novembro de 2003. Institui o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre – SBTVD- T, e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 27 nov. 2003. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br>>. Acesso em: 16 ago. 2009.

BRASIL. Decreto 5.820 de 29 de junho de 2006. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de transmissão de televisão, e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 30 jun. 2006. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 22 ago. 2009.

BURLAMAQUI, A. et al. **TV Digital e educação**: promovendo uma aprendizagem alfabetizadora. O caso TV Mímica. Disponível em: <<http://www.xconglab.ics.uminho.pt/ficheiros/Volume02.pdf>>. Acesso em: 18 maio 2010.

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

CARMONA, B. (Org.). **O desafio da TV pública**: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.

CARRATO, A. **Desconhecida e cara**: um balanço do primeiro ano de implantação da TV digital no Brasil. Brasília, DF: UNB, 2008.

CASTRO, C. TV digital: da indústria de conteúdos à busca de novos paradigmas. In: BARBOSA FILHO, A; CASTRO, C. (Org.). **Comunicação digital**: educação, tecnologia e novos comportamentos. São Paulo: Paulinas, 2008.

CASTRO, C. **Indústrias de Conteúdos em Latinoamérica**. Disponível em: <<http://www.cepal.org/SocInfo>>. Acesso em: 12 jan. 2010.

CIRNE, L. Interatividade na TV digital Pública. In: FEITOSA SILVA, D. M; MOURA, S. R. (Org.). **I Fórum paraibano de TVs públicas na era digital**. Contribuições da sociedade para a construção de uma televisão interativa e de qualidade. João Pessoa: Ed. Universitária/UFPB, 2010.

CROCOMO, F. **TV digital e produção interativa**: a comunidade manda notícias. Florianópolis: UFSC, 2007.

CRUVINEL, T. TV Pública: o feito e o por fazer. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 05 jan. 2009. Caderno 1, p. 3.

CRUZ, R. **TV digital no Brasil**: tecnologia versus política. São Paulo: Senac, 2008.

DELIBERAÇÕES do II Fórum Nacional de TVs Públicas. Disponível em: <<http://www.forumtvpublica.org.br>>. Acesso em: 25 set. 2009.

DUARTE, E. B; CASTRO, M. L. D. de. (Org.). **Televisão entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.

EBC. **Norma da Rede Nacional de Comunicação Pública**. NOR 603. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/portaria-diversos/aviso-de-chamamento/aviso-de-chamamento-publico-no-001-2010/>>. Acesso em: 16 abril 2010.

FEITOSA SILVA, D. M.; MOURA, S.R. (Org.). **I Fórum paraibano de TVs públicas na era digital**. Contribuições da sociedade para a construção de uma televisão interativa e de qualidade. João Pessoa: Ed. Universitária, 2010.

FORT, M. C. **Televisão Educativa**: a responsabilidade pública e as preferências do espectador. São Paulo: Annablume, 2005.

FÓRUM SBTVD-T. **A TV digital no Brasil**. Disponível em: <<http://www.dtv.org.br>>. Acesso em: 20 jun. 2010.

FRANCO, O. J. Mercado. **Revista da SET**, São Paulo, n. 118, p.8, dez. 2010. Entrevista concedida a Gilmara Gelinski.

GAWLINSKI, M. **Interactive Television production**. Oxford, England: Focal Press, 2003.

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê!, 1987.

GERAÇÃO Futura. Oficina de Vídeo Geração Futura Universidades Parceiras. **Canal Futura**. Rio de Janeiro, 2006. Disponível em:
<<http://www.futura.org.br/main.asp?Team={1D0AF12C-8615-4E7C-8645-8604437B443E}>>. Acesso em: 22 out. 2008.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GLOSSÁRIO de Convergência Digital. Disponível em: <<http://www.set.com.br>>. Acesso em: 23 out. 2010.

GRIFFITHS, A. **Digital television strategies**. New York: Palgrave Macmillan, 2003.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural na esfera pública**. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 2003.

INSTITUTO EUVALDO LODI. **TV digital**: Qualidade e Interatividade. Brasília, DF, 2007.

INTERVOZES. **Sistemas públicos de comunicação no mundo**. São Paulo: Paulus, 2009.

_____. **Contribuição ao II Fórum Nacional de TVs Públicas**. [S.l.], 2009. 20 p.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KENSKI, V. M. **Educação e tecnologias**: o novo ritmo da informação. Campinas: Papirus, 2007.

KULESZA, R. Aplicações interativas para TV digital. In: FEITOSA SILVA, D. M; MOURA, S. R. (Org.). **I Fórum paraibano de TVs públicas na era digital**. Contribuições da sociedade para a construção de uma televisão interativa e de qualidade. João Pessoa: Ed. Universitária/UFPB, 2010.

LUZ, A. L. da. Debate: televisão, gêneros e linguagens. **Boletim TV Escola**, MEC: Programa Salto para o Futuro, n. 10, jun. 2006.

MAFACIOLI CARVALHO, C. A tevê e o discurso pedagógico. In: DUARTE, E. B; CASTRO, M. L. D. de. (Org.). **Televisão entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MAGALDI, S. A TV como objeto de estudo na educação: ideias e práticas. In: FISHER, R. M. B. (Org.). **Televisão e Educação**. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MALDONADO, A. E. et al. **Perspectivas metodológicas em comunicação**: desafios na prática investigativa. João Pessoa: Ed. Universitária/UFPB, 2008.

MARTIN-BARBERO, J; REY, G. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac, 2000.

MATTOS, S. **História da Televisão Brasileira**: uma visão econômica, social e política. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

MEDITSCH, E. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?** Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/mediajornalismo/article/viewFile/1084/5273>>. Acesso em: 20 fev. 2010.

MELO, J. M. de. (Org.). **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MINAYO, M.C. de S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 22. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

MULGAN, G. Television`s Holy Grail: seven types of quality. In: _____. **The question of quality: the broadcasting debate**. London: BFI Publishing, 1990.

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

OROZCO GOMEZ, G. **Televisión, audiencias y educación**. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2001.

NUNES, P. (Org.). **Mídias Digitais & Interatividade**. João Pessoa: Ed. Universitária/UFPB, 2009.

SANTAELLA, L. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker editores, 2001.

SBTVD. **Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre**. 2011. Disponível em: <<http://www.forumsbtvd.org.br>>. Acesso em: 18 jun. 2010.

SILVEIRA, S. A. da. Convergência como mudança cultural. **Líbero**, Ano 9, n. 18, p. 149-150, Dez. 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/4631/4357>>. Acesso em: 20 set. 2009.

SOUZA FILHO, G. L. de. Interatividade na TV digital pública. In: FEITOSA SILVA, D. M; MOURA, S. R. (Org.). **I Fórum paraibano de TVs públicas na era digital**. Contribuições da sociedade para a construção de uma televisão interativa e de qualidade. João Pessoa: Ed. Universitária/UFPB, 2010.

SQUIRRA, S; BECKER, V. (Org.). **TV Digital.Br**. Conceitos e estudos sobre o ISDB-Tb. São Paulo: Ateliê editorial, 2009.

TAVARES, T. A. **Tela digital**. Entrevista concedida a Diolinda Madrilena Feitosa Silva. 13 jul. 2010.

TEIXEIRA, L. **Televisão digital: interação e usabilidade**. Goiânia: UCG, 2009.

TORNERO, J. M. P. Cómo se hace una serie de televisión educativa. In: _____. **El desafío educativo de la televisión**. Barcelona: Paidós Papeles de Comunicación, 1994.

TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

TRESSE, E. **TV digital**. Entrevista concedida a Diolinda Madrilena Feitosa Silva. 26 ago. 2010.

TV BRASIL. **EBC e Minc lançam editais para a seleção de interprogramas de animação**. Disponível em: <<http://www.tvbrasil.org.br/novidades/?p=2587>>. Acesso em: 25 ago. 2010.

UFPB. **Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI / 2009-2012)**. Disponível em: <<http://www.ufpb.br>>. Acesso em: 14 out. 2010.

VALENTE, J. Concepções e abordagens conceituais sobre sistema público de comunicação. In: INTERVOZES. **Sistemas públicos de comunicação no mundo**. São Paulo: Paulus, 2009.

VILCHES, L. Tecnologia digital: perspectivas mundiais. Comunicação & Educação, São Paulo, N. 26, 2003.

VIZEU, A. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.

WEINBERG, D. **A nova desordem digital**. São Paulo: Elsevier, 2007.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1994.