

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

Departamento de Comunicação Social

**ELOIZA CRISTINA FONTES VIEIRA**

**UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE O INFOTRETENIMENTO  
COMO ESTRATÉGIA NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS PARA  
TELEJORNALISMO DIGITAL**

**Bauru  
2010**

**ELOIZA CRISTINA FONTES VIEIRA**

**UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE O INFOTRETENIMENTO  
COMO ESTRATÉGIA NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS PARA  
TELEJORNALISMO DIGITAL**

Projeto Experimental apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, orientado pelo Prof. Dr. Marcos Américo.

**Bauru  
2010**

**ELOIZA CRISTINA FONTES VIEIRA**

Projeto Experimental apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, orientado pelo Prof. Dr. Marcos Américo.

**COMISSÃO EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Marcos Américo (orientador)

---

Prof. Dr. Antonio Francisco Magnoni

---

Prof. Ms. Cláudio Rodrigues Coração

**Bauru, novembro de 2010.**

*Dedico este trabalho a minha vó Jercy (em memória), ao meu vô Amadeu, aos meus pais, Elizabeth e Nelson, e ao meu irmão Rafael. Pessoas que sempre estiveram ao meu lado me dando força e me incentivando a lutar pelos meus sonhos e, sem dúvida nenhuma, os grandes responsáveis pelas minhas conquistas.*

## AGRADECIMENTOS

Relembrar o passado é relembrar a nossa história e é se deparar com o que deixamos de ser para nos tornarmos o que somos hoje. Dentre tantos momentos de indecisão e insegurança que vivi, com certeza o mais significativo foi aquele em que tive que escolher qual carreira seguir. O sonho que parecia tão distante, se tornou real no dia 31 de março de 2007. Eliana Robis ligou na minha casa para dizer que eu tinha passado na Unesp. (coitada da Eliana e do Ivo: eu os perturbei tanto para saber se eu ainda tinha chance). Depois de passada toda aquela alegria, veio o medo, o medo da mudança e do novo...

Esse sentimento passou rápido, porque logo me familiarizei com as meninas com quem eu iria morar por quatro anos. Pessoas que não conhecia e que agora as considero amigas. Mesmo sem nome, a rep formada por Clarice, Eloiza e Gabriela sempre foi uma casa muito feliz.

O primeiro ano de Unesp e de Bauru foi realmente diferente e complicado. Nesse ano fiquei longe da minha família, dos meus amigos e tive que lidar com a dor da perda, uma das pessoas mais importantes da minha vida havia ido embora: minha vózinha. Em contrapartida, foi um 2007 de novas conquistas. Fiz novos amigos e tive a oportunidade de dar início ao amadurecimento pessoal e profissional pelo qual passaria.

Nesses quatro anos conheci pessoas que jamais o tempo irá apagar o que eu vivi com elas. Como diria Charles Chaplin, “Cada pessoa que passa em nossa vida, passa sozinha, é porque cada pessoa é única e nenhuma substitui a outra. Cada pessoa que passa em nossa vida passa sozinha, e não nos deixa só, porque deixa um pouco de si e leva um pouquinho de nós. Essa é a prova de que as pessoas não se encontram por acaso”. Então, só tenho a dizer que sou uma nova Eloiza que aprendi muito com a presença e carinho do Bruno, com o companheirismo da Nádia, com a determinação do Marcel, com os conselhos da Mel, com o otimismo da Amanda, com a organização da Pâmela, com o profissionalismo da Pri, com a solidariedade do Mateus, com a segurança e doçura da Angélica e com a dedicação da Liene.

Agradeço o incentivo e a confiança depositada pelos diretores da FAAC, Roberto Deganutti e Nilson Ghirardello, pelo professor Marcos Américo, que sempre foi um orientador presente e empenhado no desenvolvimento da minha Iniciação Científica da Fapesp e deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Agradeço ao professor Angelo Sottovia, que sempre esteve por perto me acalmando e me ajudando na tomada de decisões

profissionais e à banca examinadora, professores Cláudio Coração e Francisco Magnoni, que aceitaram de prontidão o convite para analisar o meu TCC. Agradeço também aos amigos da ACI que concretizaram a realização desta assessoria tão profissional.

O passo longo e distante de uma estudante de jornalismo para se tornar uma jornalista, foi cansativo, desafiador e difícil, mas só foi possível de ser dado graças à base forte que eu tenho, à minha família. Obrigada mãe e pai que sempre estiveram ao meu lado, me dando força para não desistir dos meus objetivos, acreditando e confiando no meu potencial. Obrigada Rafa por ser esse irmão tão carinhoso, dedicado, inteligente que eu tenho orgulho de tê-lo como exemplo, irmão e melhor amigo. Obrigada vô por me ensinar muito da vida e por me mostrar que nunca é tarde para aprender. Um OBRIGADA especial e carinhoso para a minha heroína, a minha vó dona Jercy (em memória). Ela foi o alicerce da família, me mostrou a grandeza e a importância do amor. Mais que uma vó, uma segunda mãe que sinto muita falta. Por fim, agradeço a Deus por sempre iluminar o meu caminho e ter me dado a oportunidade de conhecer todas essas pessoas.

Um muito obrigada a todos que diretamente e indiretamente me ajudaram a concretizar este sonho.

*As idéias que defendo aqui não são tanto idéias que possuo,  
mas, sobretudo idéias que me possuem.  
Edgar Morin*

## **RESUMO**

Esta monografia trata de uma pesquisa exploratória de cunho bibliográfico que tem por objetivo estabelecer relações entre os conceitos de Telejornalismo em TV Digital com o gênero do Infotretenimento, definido como o modelo de programa que adota a fórmula de uma produção híbrida, seguindo uma linha que se situa entre informação e entretenimento. A partir deste estudo discute-se, ainda, a possibilidade de elaboração de um telejornal para a TV Digital que transmita informações por meio do entretenimento (Infotretenimento).

## **PALAVRAS-CHAVE**

Comunicação. TV Digital. Telejornalismo. Interatividade. Infotretenimento. TIC.

## **ABSTRACT**

This paper is an exploratory research based on bibliography which aims to establish relationships between the concepts of TV Journalism in the Digital TV with characteristics of Infotainment genre, defined as the model program that adopts the formula of a hybrid production. It follows a concept which is between the information and the entertainment. From this study, it is argued the possibility of the elaboration of news program to the Digital TV that transmits information with through entertainment (Infotainment).

## **KEY-WORDS**

Communication. Digital TV. TV Journalism. Interactivity. Infotainment. ICT.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01: As cinco questões propostas por GOWIN para os Diagramas “V” .....	19
FIGURA 02: O “V de Gowin” .....	20
FIGURA 03: Fluxograma baseado no “V de Gowin” .....	22
FIGURA 04: Ilustração sobre a hierarquização de categoria, de gêneros e de formatos na TV brasileira.....	26
FIGURA 05: Ilustração de como será utilizado o conversor de TV Digital em TV Convencional.....	33
FIGURA 06: Modelo de um sistema de Televisão Digital Interativa .....	38

## **TABELAS**

TABELA 01: Categorias e Gêneros na Televisão Brasileira.....27

TABELA 02: Formatos na Televisão Brasileira.....27

## SUMÁRIO

Introdução.....	12
Justificativa.....	12
Questão Básica de Pesquisa.....	15
Objetivos.....	15
Estrutura da Monografia.....	16
1 Plano Metodológico.....	17
1.1 Organizadores Prévios.....	17
1.1.1 “V de Gowin”.....	18
2 Referenciais Teóricos.....	23
2.1 TV Digital.....	23
2.1.1 Histórico da TV no Brasil.....	23
2.1.2 Categorias, gêneros e formatos na TV brasileira.....	26
2.1.3 Surgimento da TV Digital.....	28
2.1.4 A TV Digital no Brasil.....	30
2.2 Interatividade.....	34
2.2.1 A TV Interativa.....	36
2.3 Telejornalismo.....	39
2.3.1 Telejornalismo Brasileiro.....	41
2.4 Infotretenimento.....	46
Considerações Finais.....	51
Resultados.....	51
Implicações em Pesquisas Futuras.....	53
Conclusões.....	54
Referências.....	57
Anexos.....	61

## Introdução

A TV surgiu no Brasil na década de 1950, época em que poucas pessoas tinham acesso a esse meio de comunicação. Já na década de 1970, passou a ser o veículo de maior penetração na sociedade brasileira e tornou-se, para a maior parte da população, o principal meio de obter informação e entretenimento.

Segundo dados do PNAD 2009<sup>1</sup>, a televisão está presente em 95,7% dos domicílios e “a programação transmitida é uma das mais importantes fontes de informação e entretenimento da população brasileira”, (GOMES, 2005). Dessa forma, atualmente, investimentos em pesquisas estão propiciando com que inovações e aperfeiçoamentos, tanto no material quanto na programação, sejam destinados para que a TV possa continuar reinando entre os meios de comunicação existentes. Foi nessa perspectiva que modelos americanos, europeus e japoneses se preocuparam em criar uma TV com *High Definition* (com alta qualidade de imagem e som) e com possibilidade de interação<sup>2</sup>.

Com essas inovações tecnológicas realizadas para a melhoria de transmissão de imagem e da possibilidade de criação de uma programação interativa para a televisão, se faz necessária a utilização de estratégias para elaborar programas jornalísticos nestes moldes. É pensando sob essa ótica que o presente trabalho, de caráter exploratório, é constituído de uma intersecção das bibliografias referentes aos seguintes temas: TV Digital, Interatividade, Telejornalismo e Infotretenimento.

## Justificativa

Nos dias atuais, vive-se a “Era da Informação” em que as formas de transmitir as mensagens e os conteúdos comunicacionais estão sendo aprimorados devido as constantes inovações tecnológicas proporcionadas e direcionadas aos meios de comunicação.

---

<sup>1</sup> De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do IBGE – PNAD 2009. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2009/default.shtm>> . Acesso em: 05 nov. 2010.

<sup>2</sup> A TV interativa, convergente, que atualmente opera na TV Digital em muitos países, é recente e ainda não possui uma teoria estabelecida e difundida no campo da comunicação. Mais comum é encontrarmos textos referentes a detalhamentos técnicos de seu funcionamento, como padrões de produção, codificação/decodificação e difusão do sinal, além de estratégias de mercado. No Brasil, grande parte das publicações sobre o assunto analisou os modelos internacionais de modo exploratório, com base para o desenvolvimento de um modelo nacional compatível com nossa demanda e nossa cultura (TEIXEIRA, 2009, p.20).

É evidente que estamos em uma nova fase do desenvolvimento humano, que deve ser chamada Era da Informação. Não porque nas eras anteriores a informação deixasse de desempenhar seu papel na sociedade, pelo contrário. Seres humanos sempre precisaram e consumiram informação. A necessidade de informação para o desenvolvimento do ser humano é tão importante quanto alimento e água. Mas na era da informação, esta se tornou um dos mais importantes recursos econômicos. Para uso efetivo das oportunidades oferecidas pelas novas tecnologias da informação, são necessários investimentos maciços em telecomunicação de alta qualidade. A existência de boas comunicações pode reduzir a necessidade de utilização de supercomputadores. (SENDOV, 1994)

Assim, há inúmeras maneiras de informar as pessoas sobre um determinado acontecimento. Antigamente, cada meio de comunicação ficava restrito as suas ferramentas para cumprir seu papel de informar, ou seja, o rádio somente utilizava o som para noticiar, o jornal impresso informava seus leitores por meio de seus textos impressos e padronizados e a televisão narrava acontecimentos através do audiovisual. Com a revolução tecnológica, os meios de comunicação passaram a interagir entre si. Desse modo, a “Era da Informação” é caracterizada pelas convergências das mídias em que um determinado meio pode se utilizar de ferramentas próprias de outro meio para informar. Um exemplo é o que a internet faz, ou seja, utiliza o som do rádio, a imagem própria da TV e texto dos jornais impressos para veicular seus conteúdos.

Com a TV também acontece isso. Nessa nova época, em que recursos tecnológicos avançados estão sendo criados e direcionados para a televisão, o meio audiovisual passa também a utilizar a convergência de mídias para enriquecer sua programação. Esse meio trará para sua transmissão ferramentas de outros meios como a interatividade da internet e, junto com as novas possibilidades trazidas pela digitalização, proporcionará a criação de uma programação diferenciada. Tal programação despertará ainda mais os telespectadores que deixarão de serem meramente passivos para se tornarem atuantes, de maneira a decidirem o que querem assistir, na hora em que sentem vontade. Como constata Negroponte (1995, p.54), “de repente, a TV se transforma num veículo de acesso aleatório, mais parecido com um livro ou jornal: pode-se folheá-la, modificá-la: ela não depende mais do horário, do dia ou do tempo necessário para a transmissão”.

Além disso, é indubitável que a televisão é o meio de comunicação de maior penetração nos lares brasileiros e, que de alguma forma, exerce influência na vida das pessoas. “Muito popular, já que abrange todo o arco da sociedade, a televisão é um meio de comunicação que transforma a vida das pessoas: muda conceitos, forma opiniões, cria hábitos,

inspira comportamentos, reduz distâncias, aproxima. É veículo de informação e entretenimento” (PATERNOSTRO, 1999, p. 20).

Um vínculo estreito e fundamental tem sido tecido entre televisão e entretenimento, e a televisão tem se destacado como o meio mais popular e como o narrador central de nossas vidas, como entende Omar Rincón em sua obra “Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento” (Barcelona: Gedisa. 2006: p. 22-3). O meio tem se inserido perfeitamente na temporalidade do lar; tem estabelecido relações afetivas e identificações como as audiências, fazendo parte das conversas cotidianas, enchendo o tempo social dos distintos públicos sem exigir maior esforço e prometendo entretenimento permanente. Os meios de comunicação em geral, e a televisão em particular, permitiram às massas urbanas aceder ao consumo que preenche as horas vagas, ensinando-lhes muitas coisas, oferecendo-lhes referências para nutrir as conversas cotidianas, assim como também a fruição através de estéticas e relatos tendenciosos, simplistas, superficiais e imediatos, muito distantes da oferta cultural para as elites (QUIROZ, 2008).

No entanto, percebe-se que as pessoas estão inseridas na chamada “economia de atenção”<sup>3</sup>, na qual têm muitas formas de se informarem rapidamente e, por causa disso, escolhem somente aquilo que realmente as interessa. Assim, constata-se que, mesmo com toda sua popularidade e os recursos tecnológicos disponíveis, a TV precisa transmitir programas telejornalísticos de modo a conquistar o público. Além disso, como verifica Dejavite (2006), as sociedades terão mais tempo livre para se informarem e se entreterem.

Os estudiosos dessa nova era pregam que, em virtude das transformações que vêm ocorrendo, as sociedades experimentarão um desenvolvimento de maior prosperidade e de satisfação para todos, com a diminuição das horas de trabalho e do aumento do tempo livre, que propiciarão diversas opções de prazer. Não é preciso prestar muita atenção para percebermos quanto isso é verdade hoje em dia. O crescimento da informatização e da automação das indústrias tem gerado essa série de mudanças, principalmente, nas áreas do trabalho (cada vez mais escasso), da própria percepção do tempo (cada vez mais veloz) e das novas tecnologias de informação (cada vez mais importantes em nossas vidas tanto para nos informarmos quanto para nos entretermos) (DEJAVITE, 2006, p.13).

Este projeto propõe um levantamento bibliográfico sobre os conceitos de TV Digital, Interatividade, Telejornalismo e Infotretenimento com o objetivo de traçar

---

<sup>3</sup> A idéia de que existe uma “*economia da atenção*” é do físico teórico norte-americano Michael H. Goldhaber. Em 1997 ele publicou um artigo na revista *Wired*, em que propunha a hipótese de que assistimos a transição de uma “*economia de base material*”, na qual a moeda é o dinheiro, para uma “*economia da atenção*”, na qual a moeda passa a ser a atenção. Isso se explica pela enorme quantidade de informação, relevante e irrelevante, que não para de crescer, principalmente na Internet. A informação produzida seria maior do que o tempo que as pessoas têm para ler e assimilá-la. (PADILHA, 2010, p. 43) Disponível em: < [http://www.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos\\_Comunicacao/pdfs/Juliana\\_Padilha.pdf](http://www.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos_Comunicacao/pdfs/Juliana_Padilha.pdf) >. Acesso em: 01 nov. 2010.

intersecções entre esses temas. Busca-se com este estudo levantar possibilidades e perspectivas que viabilizem e instiguem a produção de telejornais para TV Digital que levem informação através do entretenimento.

### **Questão básica da pesquisa**

Por se tratar de uma pesquisa exploratória, delimitar claramente a questão básica da pesquisa se faz necessário no desenvolvimento deste estudo, uma vez que muitos conceitos serão abordados e saber desde o início qual pergunta deve ser respondida é uma estratégia que faz com que o foco não seja perdido ou deslocado.

Por meio da utilização de organizadores prévios, que serão definidos posteriormente neste estudo, foi elaborada a questão que norteia o desenvolvimento desta pesquisa: “É viável produzir telejornais interativos para a TV Digital que levem informação e entretenimento?”. A formulação dessa questão surgiu da necessidade de se produzir um telejornal com características da digitalização e que de alguma forma satisfaça os interesses das pessoas. Segundo WOSSNER (1992/1993, p.4), “o povo busca orientação e informação, mas tem uma forte necessidade de entretenimento e recreação”. Assim, os telejornais como acontece nas notícias dos meios impressos e eletrônicos devem utilizar “características eminentemente jornalísticas, porém fortemente aliadas a *elementos de entretenimento* que buscam preencher a necessidade de informação dos vários públicos – de acordo com os locais de cobertura dos veículos informativos” (SOUZA, 2005, p.18-19)

### **Objetivos**

Esta pesquisa é norteada por objetivos extrínsecos de maneira a fazer levantamentos bibliográficos e proposições que possam instigar novos estudos. Por se tratar de uma pesquisa de cunho bibliográfica, não se pretende, a priori, resolver aqui nenhum problema referente ao tema tratado.

Deve-se estar atento ao fato de que, em pesquisa bibliográfica em nível de graduação, os propósitos são essencialmente acadêmicos, como mapear, identificar, levantar, diagnosticar, traçar o perfil ou historiar determinado assunto específico dentro de um tema. No âmbito de uma pesquisa bibliográfica, por exemplo, não queira o estudante se propor a resolver o problema em si, mas apenas levantar as informações necessárias para melhor compreendê-lo (CERVO, 2002, p.83).

Dessa forma, esta pesquisa tem como objetivo geral desenvolver um estudo exploratório, de modo a estabelecer relações entre os conceitos de Telejornalismo em TV Digital com o gênero do Infotretenimento.

Depois de identificadas possíveis relações, será possível responder a questão básica desta pesquisa, uma vez que ao se aprofundar nos conceitos que serão discutidos nesta pesquisa, os objetivos específicos serão abordados. Busca-se com este estudo especificamente entender a gênese e os possíveis conceitos de Infotretenimento e propor meios de utilização dos novos recursos proporcionados pela TV Digital (como a interatividade plena e bidirecional) que possam renovar e pensar a linguagem do telejornalismo na TV Digital a partir de elementos do Infotretenimento.

### **Estrutura da Monografia**

Esta monografia é composta por quatro partes. A primeira é a parte introdutória em que são abordados a relevância, os objetivos e as indagações que culminaram na realização deste trabalho. A segunda parte é a que inicia o *corpus* deste estudo e se refere a explicações sobre o plano metodológico e as estratégias utilizadas para o desenvolvimento a pesquisa exploratório. Nessa etapa contou-se com a ajuda de organizadores prévios, especificamente o “V de Gowin”, que trilharam os caminhos desta monografia. A parte seguinte é constituída pelos referenciais teóricos, onde são conceituados os termos TV Digital, Interatividade, Telejornalismo e Infotretenimento, baseando-se na bibliografia existente.

No último módulo estão as Considerações Finais, onde se discute os resultados deste estudo, as implicações em pesquisas futuras e as conclusões. Enfim, encontram-se as Referências e os Anexos.

## 1 Plano Metodológico

Para a realização desta pesquisa foi necessário desenvolver um estudo exploratório de bibliografias existentes sobre TV Digital, Interatividade, Telejornalismo e Infotretimento.

Os estudos exploratórios não elaboram hipóteses a serem testados no trabalho, restringindo-se a definir objetivos e buscar mais informações sobre determinado assunto de estudo.

Tais estudos têm estudo por objetivo familiarizar-se com o fenômeno ou obter nova percepção do mesmo e descobrir novas idéias.

A pesquisa exploratória realiza descrições precisas da situação e quer descobrir as relações existentes entre os elementos componentes da mesma.

Essa pesquisa requer um planejamento bastante flexível para possibilitar a consideração dos mais diversos aspectos de um problema ou de uma situação.

Recomenda-se o estudo exploratório quando há poucos conhecimentos sobre o problema a ser estudado. (CERVO, 2002, p.69)

Objetivou-se desse modo, fazer uma intersecção desses assuntos com o objetivo de desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias para a formulação de abordagens posteriores. Para que o levantamento bibliográfico dos conceitos abordados neste estudo fosse realizado, se tornaram imprescindíveis a organização e a escolha de uma estratégia para se chegar ao produto e a proposição final deste trabalho. Desse modo, se utilizou dos organizadores prévios, especificamente do “V de Gowin” para guiar esta pesquisa.

### 1.1 Organizadores Prévios

Depois de definida a questão básica desta pesquisa, foi preciso planejar e encontrar estratégias para ordenar os conceitos de maneira a alcançar os objetivos propostos por essa pesquisa. Assim, foram utilizados os Organizadores Prévios (OP). Segundo Américo (2010), os OP são ferramentas que determinam a ancoragem ou a atração de elementos de “subsunoçores”<sup>4</sup> e propõem o uso de certos instrumentos como “textos, trechos de filmes, esquemas, desenhos, fotos, pequenas frases afirmativas, perguntas, apresentações em

---

<sup>4</sup> Cf. PEDUZZI (documento eletrônico) “subsunoçor é um conceito, uma idéia, uma proposição já existente na estrutura cognitiva do aprendiz que serve de ‘ancoradouro’ a uma nova informação, permitindo ao indivíduo atribuir-lhe significado”. Disponível em: <<http://www.fsc.ufsc.br/pesqpeduzzi/hom-reconstr.htm>>. Acesso em: 03 nov. 2010.

computador, mapas conceituais, etc.” (MORAES, 2005 apud AMÉRICO, 2010 p. 43)<sup>5</sup> para ancorar o novo conhecimento. Os Organizadores Prévios são ferramentas utilizadas construir uma ponte entre o que já sabe e aquilo que se precisa saber para servir de sustentação a novos conhecimentos. Nesta investigação foi utilizado como OP o “V de Gowin”.

### 1.1.1 “V de Gowin”

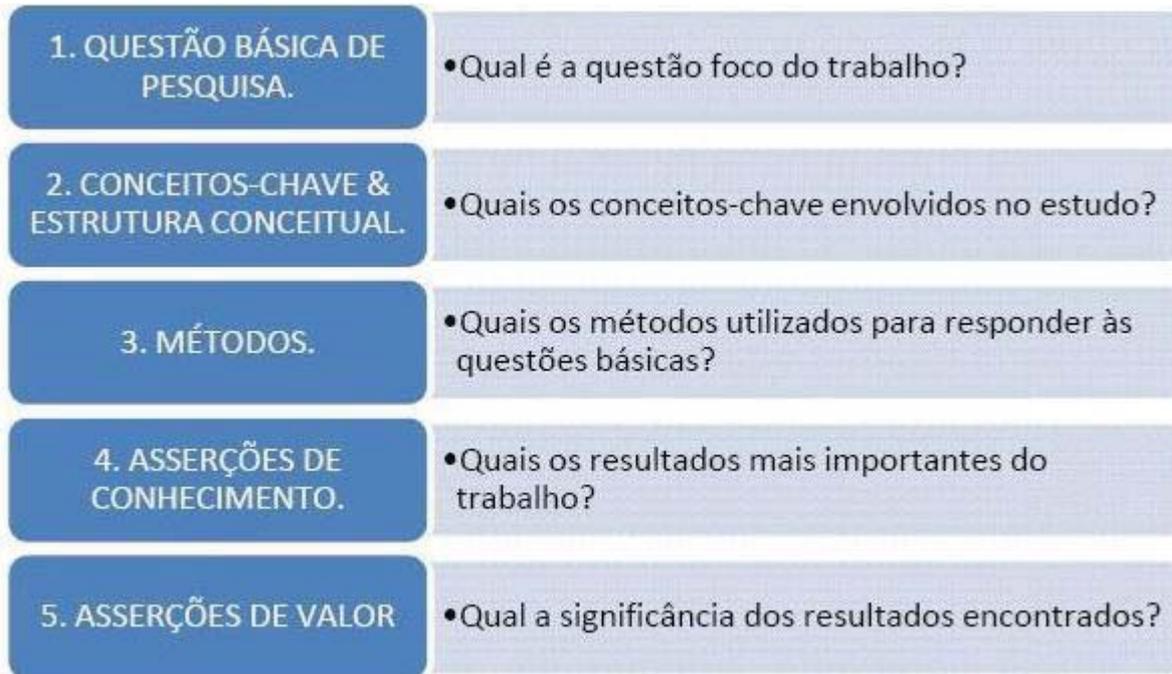
O “V Epistemológico de Gowin” ou simplesmente “V de Gowin” foi elaborado por Gowin (1981) para ser utilizado tanto como um instrumento metodológico, que pode auxiliar no processo de investigação, quanto um instrumento de análise e interpretação de dados de um estudo. O processo de investigação científica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

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

Para que essa rede de elementos básicos seja elaborada, é preciso partir de um conjunto de cinco questões (FIGURA 1):

---

<sup>5</sup> A teoria da aprendizagem significativa, de Ronny Machado de Moraes. Disponível em: <<http://www.construirnoticias.com.br/asp/materia.asp?id=1182>>. Acesso 03 nov. 2010.



**FIGURA 01:** As cinco questões propostas por Gowin (1981) para os diagramas “V” (AMÉRICO, 2010, p. 47).

Essas cinco questões são analisadas por Ferraciolli (2005):

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

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

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

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

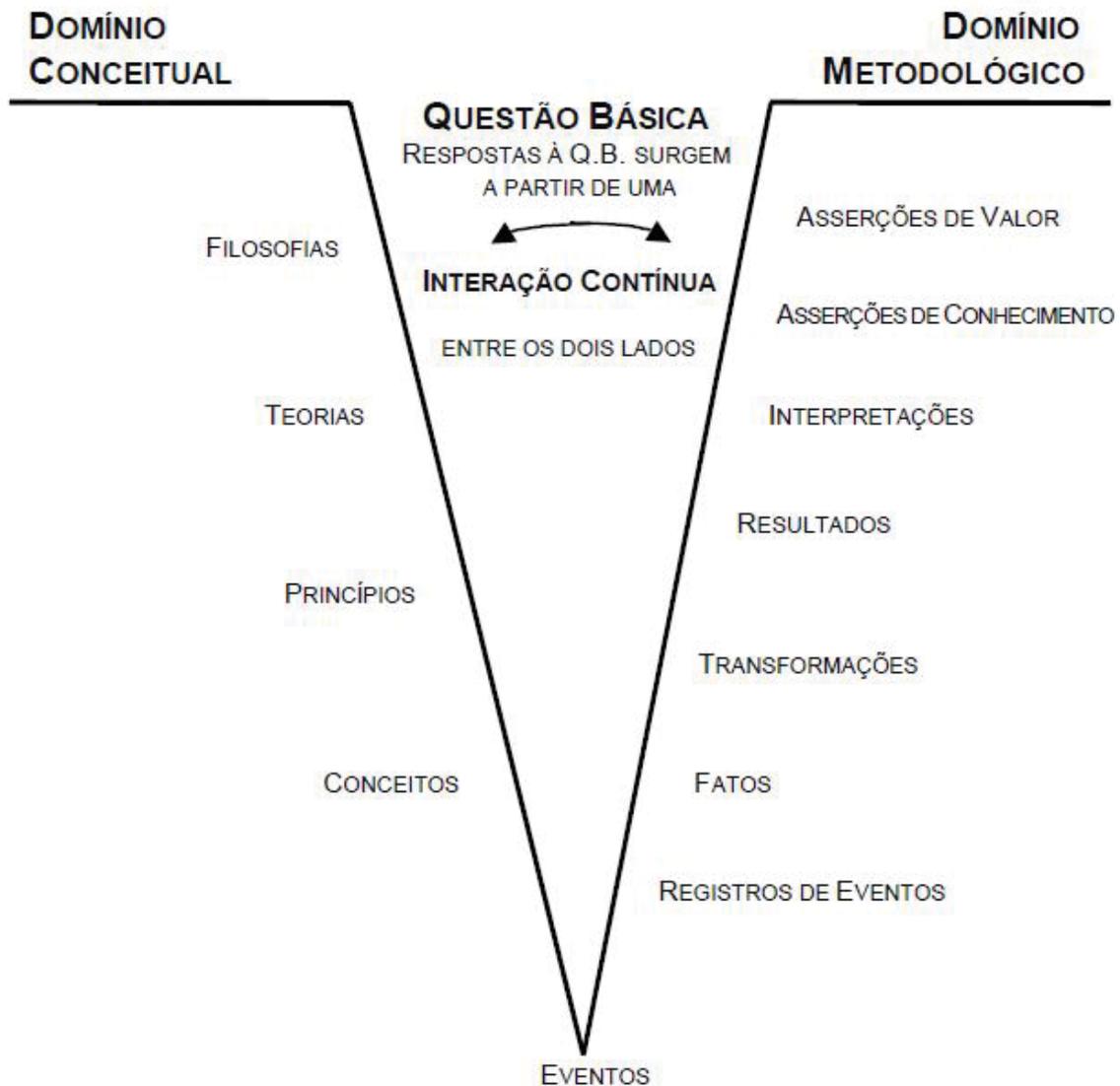
Métodos incluem, entre outras atividades, planejamento de etapas, técnicas utilizadas, amostragem, os dispositivos experimentais para a coleta de dados e o processo de análise.

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

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

A contínua interação dessas cinco questões possibilita que o processo de investigação de um estudo seja realizado. Para uma melhor compreensão da interação dessas cinco questões, Gowin (1981) elaborou uma representação gráfica denominada por ele de “V

Epistemológico”, ou apenas, “V de Gowin”. A FIGURA 02 abaixo é uma versão do “V” na forma concebida pelo autor.



**FIGURA 02:** O “V de Gowin” (adaptado de Gowin, 1981, p.107 apud FERRACIOLI, 2005, p. 110)

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

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

Assim, esta pesquisa faz uso desse procedimento de Gowin para o desenvolvimento do estudo proposto neste trabalho. A questão básica que delimita e norteia o que será estudado é “É viável produzir telejornais interativos para a TV Digital que levem informação e entretenimento?”. Os conceitos-chave utilizados aqui para servir de sustentação teórica e de questionamento proposto pela questão básica são “TV Digital, Interatividade, Telejornalismo e Infotretenimento”. O método usado nesta investigação é o de uma pesquisa exploratória que subsidiará a convergência do Infotretenimento e do Telejornalismo para culminar na viabilidade e/ou na necessidade de se produzir conteúdo para TV Digital interativa. As asserções de conhecimento adquiridas no desenvolvimento desta pesquisa desencadearão as asserções de valor, onde serão obtidos os resultados deste estudo. A FIGURA 03 ilustra esse processo.

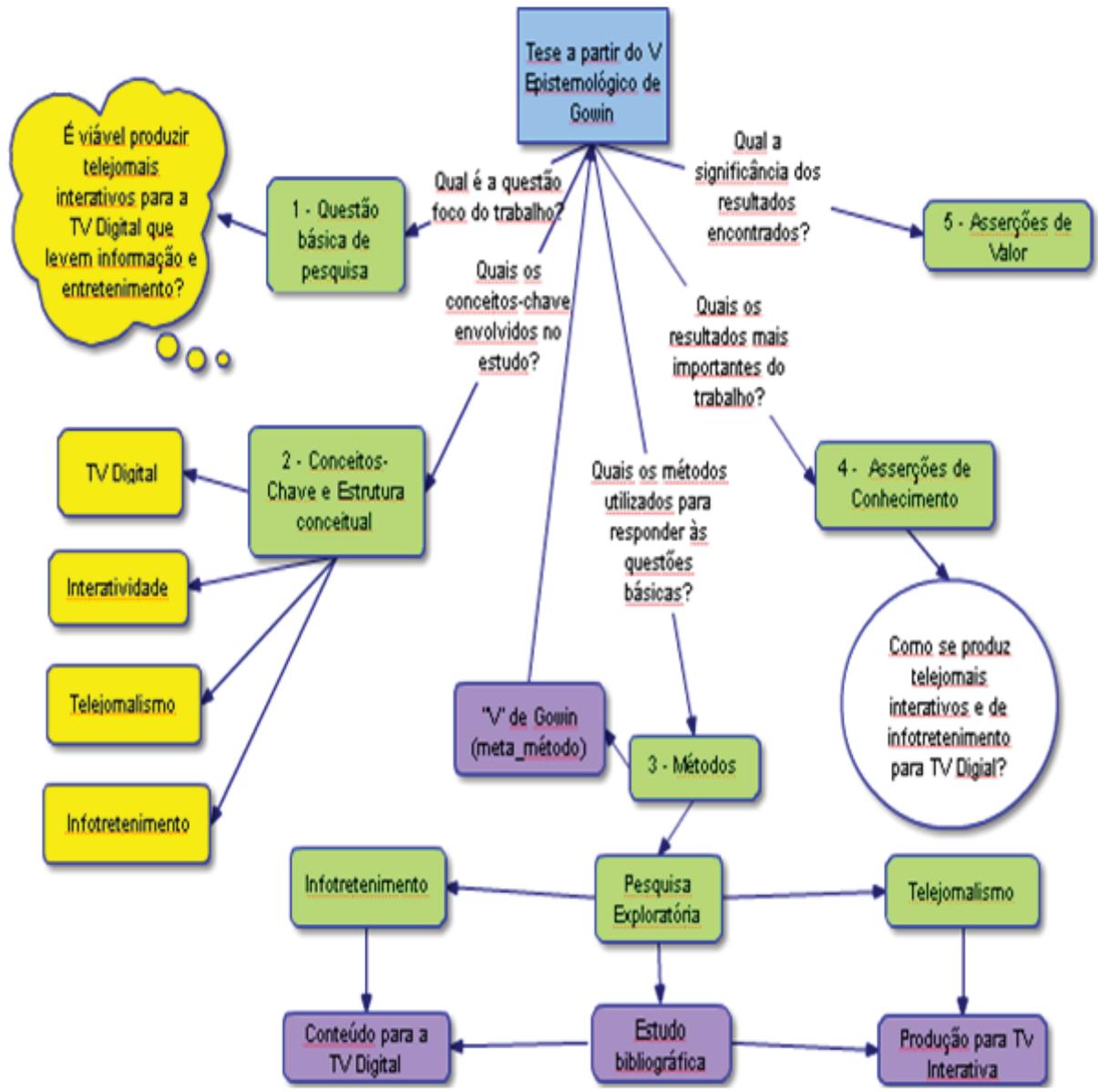


FIGURA 03: Fluxograma baseado no “V de Gowin”

## 2 Referenciais Teóricos

### 2.1 TV Digital

*A tecnologia não determina a sociedade: incorpora-a. Mas a sociedade também não determina a inovação tecnológica: utiliza.*

Fernand Braudel

Antes de abordar o surgimento e as inovações possibilitadas pela TV Digital, é pertinente que seja traçado um breve histórico do surgimento da televisão no Brasil. Além de um levantamento das categorias, gêneros e formatos da TV vigentes na TV brasileira.

#### 2.1.1 Histórico da TV no Brasil

*A televisão pode ser considerada uma janela transparente sobre o mundo, ou um espelho, que auto reflete a realidade para nós mesmos.*

Vera Íris Paternostro

A TV surgiu no país com uma iniciativa de um nordestino chamado Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo. Em 1950, Chateaubriand já era dono de grande parte dos jornais impressos no Brasil, que juntos formavam a empresa “Diários e Emissoras Associadas”, mas conseguiu seu maior feito inaugurando em 18 de setembro desse mesmo ano a primeira televisão brasileira a entrar no ar, a “PRF-3 TV Difusora”.

Em mais uma jogada de visão, Assis Chateaubriand decidiu trazer os técnicos da RCA – *América Radio Corporation* – e implantar a televisão no Brasil. Importou também os equipamentos e uma antena, instalada no alto do edifício do Banco do Estado de São Paulo, para retransmitir imagens que seriam geradas dos estúdios montados no prédio dos *Diários Associados*.

Pouca documentação se tem dessa época, mas uma data marca a inauguração oficial da primeira emissora de TV no país: 18 de setembro de 1950. Nesse dia, entrava no ar a PRF-3 TV Difusora, depois TV Tupi de São Paulo. Primeiro canal 3, mais tarde canal 4 – a pioneira da América Latina. (PATERNOSTRO, 2006, p.29)

Para que o público pudesse assistir e comprovar a existência da televisão em São Paulo, Chateaubriand mandou instalar 200 televisores em pontos de movimentos da cidade, como a Praça da República.

Em seus primeiros dez anos no Brasil, poucas pessoas tinham acesso à televisão, porque somente a elite tinha condições de ter um aparelho em casa.

Em 1954, existiam 12 mil aparelhos no Rio e em São Paulo; em 1958, eram 78 mil em todo o país. A programação das emissoras seguia uma linha de “elite”, com artistas e técnicos trazidos do rádio e do teatro. Entrevistas, debates, teleteatros, *shows* e música clássica eram as principais atrações (PATERNOSTRO, 2006, p. 30-31).

Com o passar dos anos e com o aumento da produção, o valor dos televisores se tornou mais acessível e as emissoras começaram a se instalar em outros estados. A TV conquistava mais espaço e estava cada vez mais presente nos lares dos brasileiros. Vendo a ascensão desse meio de comunicação que caminhava a passos largos, os anunciantes começaram a fazer grandes investimentos publicitários através das agências de propaganda.

Em 1960, chega ao Brasil o equipamento de videotape que propiciou, por meio da gravação em suporte magnético, as operações atualizadas, a racionalização da produção, a economia de custo e de tempo e a melhor qualidade dos programas. A TV Tupi de São Paulo foi a primeira emissora a utilizar esse aparelho gravando a inauguração de Brasília (21 de abril de 1960) e exibindo posteriormente para várias cidades do país. Ainda na década de 60, foi criada a Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações), que propiciou a interligação do Brasil por meio de linhas básicas de micro-ondas e aderiu ao consórcio internacional para a utilização de satélites de telecomunicações, o Intelsat. Em 1969, a TV Globo transmitiu o primeiro programa em rede nacional.

[...] às 19h56 do dia 1º de setembro de 1969 entrou no ar o Jornal Nacional, feito no Rio e retransmitido ao vivo, via Embratel, para as emissoras da rede, mostrando imagens de várias cidades brasileiras que haviam sido geradas para a sede no Rio de Janeiro (PATERNOSTRO, 2006, p. 33).

O fim dos anos 60 e o início dos anos 70 do século XX são marcados pela censura imposta pelo governo militar aos meios de comunicação brasileiros. Assim, a TV fica sob o controle dos militares que impunham regras em relação aos conteúdos dos programas transmitidos pelas emissoras, independentemente do gênero exibido.

No entanto, os anos 70 também trouxeram aspectos positivos. Em março de 1972, foi realizada a primeira transmissão em cores no Brasil pela TV Difusora de Porto Alegre que transmitiu a inauguração da Festa da Uva, pelo presidente Emílio Garrastazu Médici, em Caxias, no Rio Grande do Sul.

Outra conquista desse período foi a criação de uma programação nacional pelas emissoras brasileiras. Ou seja, uma mesma programação é exibida nas mesmas faixas de horário tanto para a emissora-sede quanto para as outras que pertencem à sua rede.

As transmissões ao vivo de eventos esportivos, de acontecimentos do outro lado da Terra, a divulgação de imagens históricas e marcantes caracteriza a televisão brasileira na década de 1980. Além disso, o brasileiro passa a se familiarizar ainda mais com esse meio de comunicação para obter informação e entretenimento.

É implantada ainda nesse período a TV por assinatura onde o público tem a oferta de canais variados, nacionais e estrangeiros, com programação segmentada e globalizada. Apesar dessas vantagens, essa nova alternativa não possibilitou o crescimento do mercado como o esperado, já que era preciso pagar a assinatura.

Mesmo chegando com atraso em um país considerado desenvolvido quando o tema é televisão, a TV por assinatura provocou uma mudança no comportamento de uma determinada faixa de público. Ao longo dos últimos anos, os canais se ampliaram e, diferente da TV aberta, na TV fechada o espectador escolhe, entre muitas opções, o que quer assistir. (PATERNOSTRO, 2006, p. 47)

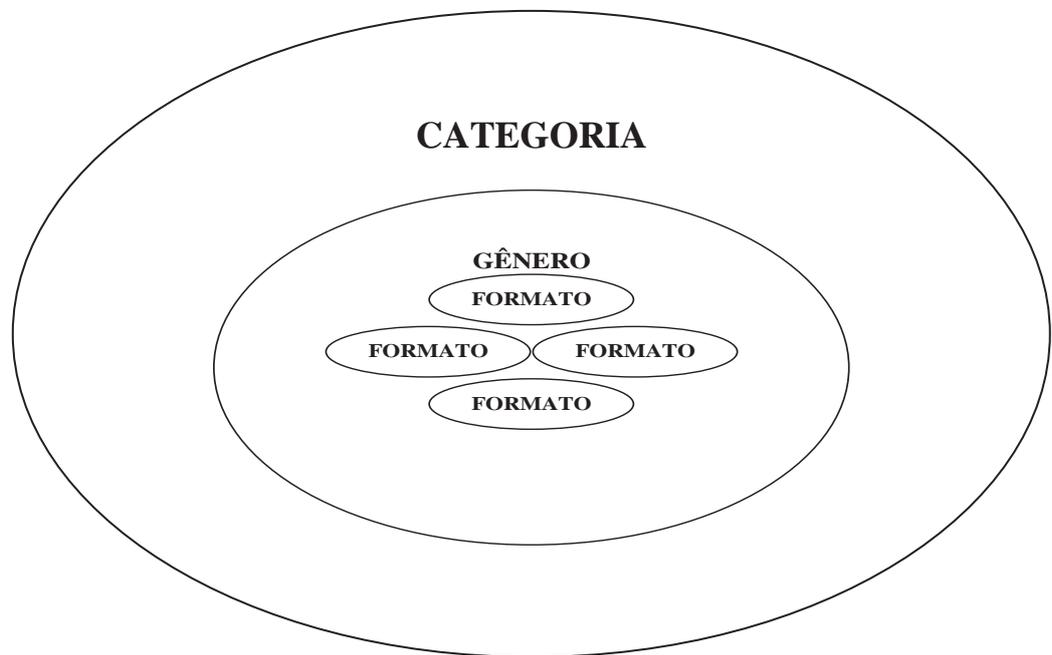
Resumidamente, foi na década de 50 do século XX que a televisão surgiu no Brasil e, com inúmeras melhorias verificadas na segunda metade desse século, se tornou o veículo de maior adesão. Ao conquistar o público em geral, conquistou também grande parte dos investimentos em publicidade. Esses investimentos formaram o terreno fértil para que esse veículo assumisse as características que tem atualmente.

A televisão foi o veículo do século XX e vai reinar ainda durante algum tempo neste século até que haja definitivamente a convergência das mídias. A TV predomina porque é o meio de maior penetração na sociedade e, em consequência, recebe a maior parte dos investimentos publicitários. Só ela abocanha mais da metade de todo o dinheiro, o que possibilita contar com recursos consideráveis para investir em equipamentos de última geração, capazes de captar e transmitir imagens e sons com rapidez e fidelidade cada vez maiores (BARBEIRO e LIMA, 2002 p.16).

Contudo, é no século XXI que a TV sofreria transformações significativas em que seria necessário rever conceitos, paradigmas e parâmetros. Com o advento da digitalização, as emissoras passaram a se preocupar com a alteração de padrões e com o aprimoramento das transmissões. A TV brasileira passa por uma revolução que visa à qualidade digital de sons e imagens.

### 2.1.2 Categorias, gêneros e formatos na TV brasileira

Os programas de televisão são separados em categorias que são compostas por vários gêneros. O gênero contém inúmeros formatos de produções televisivas. O formato é conceituado por Weiner (1996) como “a forma geral de um programa de TV”. Desse modo, como observa Souza (2004, p.46), o formato “está sempre associado a um gênero, assim como um gênero está diretamente ligado a uma categoria”. A FIGURA 04 ilustra bem essa hierarquização.



**FIGURA 04:** Figura ilustrativa sobre a hierarquização de categoria, de gêneros e de formatos na TV brasileira (SOUZA, 2004, p.47).

As TABELAS 01 e 02 a seguir refletem as categorias, os gêneros e os formatos existentes na televisão brasileira.

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

**TABELA 01:** Categorias e Gêneros na Televisão Brasileira (SOUZA, 2004, p.92).

<b>FORMATO</b>	<b>AO VIVO</b>	<b>GRAVADO</b>	<b>ESTÚDIO</b>	<b>EXTERNA</b>
Ao vivo	X	X	X	X
Auditório	X	X	X	X
Câmera oculta (pegadinhas)		X		
Capítulo		X	X	X
Debate	X	X	X	X
Depoimento	X	X	X	X
Documentário		X		
Dublado		X	X	
Entrevista	X	X	X	X
Episódio		X	X	X
Esquete		X	X	X
Game show	X	X	X	X
Instrucional		X	X	X
Interativo	X		X	X
Legendado		X	X	
Mesa-redonda	X	X	X	X

Musical	X	X	X	X
Narração em <i>off</i>	X	X	X	X
Noticiário	X	X	X	
Quadros		X	X	X
Reportagem	X	X		X
Revista	X	X	X	
Seriado		X	X	X
Talk show	X	X	X	X
Tele-aula	X	X	X	
Telejornal	X	X	X	
Teletexto		X	X	
Testemunhal	X	X	X	X
Videoclipe		X	X	X
Vinheta		X	X	
Voice-over	X	X	X	

**TABELA 02:** Formatos na Televisão Brasileira (SOUZA, 2004, p.169).

Os dados presentes nas tabelas acima fazem parte da conclusão de uma pesquisa que acompanhou a programação da televisão brasileira por dez anos, realizada por José Carlos Aronchi de Souza e baseada na “programação das emissoras, nas classificações publicadas nos jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo e nas revistas Veja, Isto é e Época, além da bibliografia existente sobre a teoria dos gêneros na televisão, inclusive periódicos e artigos especializados” (SOUZA, p.92, 2004). Assim, pode-se perceber na programação da TV no Brasil a existência de 5 categorias, 37 gêneros e 31 formatos de programas.

### 2.1.3 Surgimento da TV Digital

*O digital é mais que uma mídia: é uma tecnologia – e, principalmente, uma cultura – que contamina todas as outras mídias.*

Newton Cannito

Um dos primeiros países a pesquisar e a propor sistemas de televisão digital foi o Japão.

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

Os primeiros estudos são da década de 1970, no Laboratório de Pesquisas Científicas e Tecnológicas da NHK – Nippon Hoso Kyokai, a rede de TV pública do Japão, fundada em 1925.

Os cientistas receberam o apoio de emissoras do país e partiram em busca do aprimoramento do sistema analógico, de uma tecnologia revolucionária que proporcionasse ao telespectador as sensações mais próximas do cinema, em termos de som e de imagem, quando estivesse assistindo, em sua casa, aos programas de TV (PATERNOSTRO, 2006, p. 59).

Não só o Japão se preocupou em criar um sistema próprio de alta definição, os europeus também desenvolveram pesquisas sobre esse assunto. Por meio de um consórcio de empresas européias eles elaboraram o formato HD-Mac – *high definition multiplexed analogue components*.

Já os americanos se preocuparam um pouco depois com a digitalização da TV. Assim que começaram a pensar em um novo formato de televisão, perceberam que para se chegar à alta definição era necessário não se basear no sistema analógico e sim acoplar os recursos da eletrônica e da informática (compressão de imagens e digitalização de dados) à transmissão e recepção do sistema de TV. Assim, conclui-se no final da década de 80 e início dos anos 90 do século XX que para conseguir uma tecnologia digital era preciso que a TV estivesse mais associada aos *bits* de um computador do que se imaginava.

A digitalização possui muitos méritos. Alguns dos mais óbvios são a compreensão de dados e a correção de erros, o que é importante na transmissão da informação através de um canal caro e ruidoso. Isso permite ao rádio e à televisão, por exemplo, economizar dinheiro, e aos telespectadores ver e ouvir imagens e sons com qualidade de estúdio. Estamos, porém, descobrindo que as conseqüências da vida digital são bem mais significativas do que essas.

Na utilização dos bits para a descrição de sons e imagens, há um vantagem natural em usá-los na menor quantidade possível. Trata-se de algo relacionado com a conservação de energia. Não obstante, o número de bits empregados por segundo ou por centímetro quadrado guarda relação direta com a fidelidade da música ou da imagem. Em geral, o que interessa às pessoas é digitalizar em altíssima resolução, e depois, utilizar uma versão de menor resolução da música ou imagem nesta ou naquela aplicação. Pode-se, por exemplo, para uma impressão final, digitalizar uma imagem colorida em alta resolução, mas utilizá-la em baixa resolução quando se deseja fazer o layout de uma página num programa de editoração eletrônica. A economia de bits é determinada em parte pelas limitações do meio no qual são armazenados, ou através do qual são transmitidos (NEGROPONTE, 1995, p. 21).

Com essa descoberta, foi possível realizar transmissões experimentais de alta definição. Alguns dos exemplos significativos foram a transmissão ao vivo em alta definição dos jogos da Copa do Mundo da Itália em 1990 pelos europeus e a transmissão dos jogos das Olimpíadas de Seul para 81 pontos do Japão, que foi realizada em setembro de 1995 pela rede japonesa NHK, entre outras experiências.

Ao deixar de ser analógica e se tornar digital, a TV ganha uma nova roupagem em que a qualidade de imagem e som, exige uma melhor elaboração e produção dos programas exibidos por ela. No entanto, esse novo formato está permeado de características positivas que tornou irrefutável a ideia de não implantar o sistema digital no Brasil. Negroponte (1995) aponta as qualidades da TV Digital.

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

Atualmente, existem três padrões principais de televisão digital: o ATSC (*Advanced Television Systems Committee*), dos Estados Unidos; o VVB-T (*Terrestrial Digital Video Broadcasting System*), da Europa, e o ISDB-T (*Terrestrial Integrated Services Digital Broadcasting*), do Japão. Entre 1999 e 2000, esses três modelos foram testados no Brasil, por meio de transmissões feitas pela TV Cultura de São Paulo para pontos distantes de até 40 quilômetros. O resultado desses testes indicou o modelo japonês como sendo o sistema mais adequado para ser adotado no país.

#### **2.1.4 A TV Digital no Brasil**

*No mundo digital, o meio não é a mensagem: é uma das formas que ela assume.*

Nicholas Negroponte

Em 29 de junho de 2006, foi assinado o decreto de implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) baseado no padrão nipônico. Na cerimônia de assinatura, foi anunciado que, além de optar pela transmissão com o uso do padrão japonês de modulação,

foram adotados componentes criados no Brasil, como o *middleware*<sup>6</sup> Ginga<sup>7</sup>; terminais de acesso de baixo custo e o método de compressão de dados H.264<sup>8</sup>, diferente do utilizado no Japão. Um sistema que o governo brasileiro chamou de nipo-brasileiro, o SBTVD – T (Sistema Brasileiro de Televisão Digital por transmissão terrestre).

Para assegurar e amparar essa implantação foi criada uma série de artigos<sup>9</sup>, cujos principais serão transcritos a seguir:

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

Art. 6 O SBTVD – T possibilitará:

- I – transmissão digital em alta definição (HDTV) e em definição padrão (SDTV);
- II – transmissão digital simultânea para recepção fixa, móvel e portátil; e
- III – interatividade (BRASIL, 2006).

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

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

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

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

- I – Canal do Poder Executivo: para transmissão de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos do Poder Executivo;
- II – Canal de Educação: para transmissão destinada ao desenvolvimento e aprimoramento, entre outros, do ensino à distância de alunos e capacitações de professores;
- III – Canal de Cultura: para transmissão destinada a produções culturais e programas regionais; e
- IV – Canal de Cidadania: para transmissão de programações de comunidades locais, bem como para divulgação de atos, trabalhos, projetos, sessões e eventos dos poderes públicos federal, estadual e municipal.

<sup>6</sup> *Middleware* – programa de computador que permite o funcionamento de aplicativos da TVDI (votações, compras pela TV, etc (CROCOMO, 2007, p.64).

<sup>7</sup> Ginga ([www.ginga.org.br](http://www.ginga.org.br)) é o nome do *middleware* aberto do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD). É subdividido em dois subsistemas principais interligados, que permitem o desenvolvimento de aplicações seguindo dois paradigmas de programação diferentes. Esses dois subsistemas são chamados de Ginga-J (para aplicações procedurais Java) e Ginga-NCL (para aplicações declarativas NCL). O Ginga é fruto do desenvolvimento de projetos de pesquisa coordenados pelos laboratórios da Telemídia da PUC-Rio e LAViD da UFPB (TEIXEIRA, 2009, p.69-70).

<sup>8</sup> O H.264 é um padrão para compressão de vídeo, também conhecido como MPEG-4 Part 10 ou AVC (Advanced Video Coding) e adotado pelo SBTVD. O padrão foi desenvolvido pelo órgão mundial de telecomunicações chamado ITU-T Video Coding Experts Group (VCEG) em conjunto com a ISO/IEC MPEG, que formaram uma parceria conhecida por Joint Video Team (JVT). A versão final deste padrão foi formalmente denominada de ISO/IEC 14496-10. Disponível em: <<http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=36>>. Acesso em: 30 out. 2010.

<sup>9</sup> Os artigos foram retirados do Decreto 5820 de 29 de junho de 2006, assinado pelo presidente Lula. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm). Acesso em: 30 out. 2010.

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

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

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

Às 20h30 de 2 de dezembro de 2007, começou a funcionar oficialmente o sinal da TV Digital no Brasil. A cerimônia foi realizada em São Paulo e foi promovida pela Associação Brasileira de Radiodifusores (Abra) e pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert). No evento foi exibido um vídeo para mostrar às pessoas o significado da digitalização do sinal de TV. Além disso, emissoras de televisão aproveitaram a ocasião para lançar suas transmissões digitais, com conteúdos, em alta definição e definição padrão. A cerimônia foi transmitida para todo o país.

No entanto, para ter acesso a essa nova tecnologia, é preciso adquirir um novo aparelho de televisão com conversor integrado ou provisoriamente utilizar uma caixa conversora que vai receber o sinal digital e fazer a conversão para Pal-M<sup>10</sup>, o sistema brasileiro atual. Este dispositivo é conhecido internacionalmente por *set-top box*, terminal de acesso ou Unidade Receptora Decodificadora (URD). De acordo com Crocomo (2007, p.66), o aparelho é um computador que permite a interatividade, onde é possível, por exemplo, acessar informações adicionais, realizar compras pela TV, participação em programas, prestação de serviços e atividades de *T-learning*, *T-commerce* e governo eletrônico.

A FIGURA 05 abaixo ilustra como será utilizado o conversor de TV Digital em TV Convencional.

---

<sup>10</sup> PAL-M é o sistema analógico de televisão em cores utilizado pelo Brasil. A sigla P.A.L. é a abreviatura de “Phase Alternate Line”. O PAL-M foi a solução encontrada na época da adoção do sistema de cor para que, desta forma, as transmissões em cores pudessem ser recebidas pelos aparelhos em preto-e-branco sem a necessidade de adaptadores, e vice-versa. Atualmente a maioria dos monitores e televisores faz a detecção automática do tipo de sistema de vídeo (PAL ou NTSC). Disponível em: <<http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=36>>. Acesso em: 30 out. 2010.



**FIGURA 05:** Ilustração de como será utilizado o conversor de TV Digital em TV Convencional (Disponível em: <<http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=492>>. Acesso: 07 nov. 2010).

Contudo, percebe-se que não será fácil fazer com que os brasileiros troquem seus aparelhos ou adquiram conversores como *set-top box* de uma hora para outra. De acordo com a notícia veiculada em cinco de agosto de 2010 no site<sup>11</sup> do jornal Folha, “a cobertura da transmissão digital abrange uma população de 72 milhões de pessoas, mas só um percentual reduzido tem acesso. De acordo com o Fórum Brasileiro de TV Digital, apenas 2 milhões de conversores (embutidos ou externos) haviam sido vendidos até o fim de 2009. Em 2010, a expectativa é de que ao menos 6 milhões de aparelhos sejam comprados no Brasil”. Partindo desses dados, constata-se que o governo brasileiro não deverá apenas se ater à troca de equipamentos, mas de garantir a inclusão digital através dos novos recursos potenciais de interatividade da TV Digital, e, inclusive, no futuro, o acesso à internet.

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

Inserida em todo esse contexto permeado de desafios, é importante se preocupar principalmente com uma questão que muitas vezes é deixada de lado: a produção de conteúdos para esse novo formato que deve objetivar não somente atrair o público, mas também exercer sua função social.

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/777899-tv-digital-no-brasil-so-atinge-38-cidades-7-capitais-nao-tem-o-sinal.shtml>> e no anexo deste trabalho. Acesso em: 07 nov. 2010

## 2.2 Interatividade

A palavra interatividade, do inglês *interactivity*, teria surgido em 1960, no contexto da informática, com a função de nomear e qualificar a nova relação mais branda entre usuário e computador. Para Lévy (*apud* TEIXEIRA, 2009, p. 23-24) o termo teria surgido nos anos 70 do século XX, “quando os computadores se desprendem do caráter de uma máquina binária, rígida, restritiva, centralizadora e passa a incorporar a tecnologia do hipertexto, criando interfaces amigáveis”.

Segundo o dicionário Houaiss (2009, p.1095), a palavra interatividade pode ser definida como: “1 qualidade de interativo. 2 capacidade de um sistema de comunicação ou equipamento de possibilitar interação. 2.1 *inf.* ato ou faculdade de diálogo intercambiável entre o usuário de um sistema e a máquina, mediante um terminal equipado de tela de visualização. *Etim.* inter + atividade”.

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

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

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

Apesar disso, a interatividade existe antes mesmo do surgimento da TV Digital. Esse termo trata também de interação mediada por um dispositivo eletrônico, e é possível que

a televisão analógica seja interativa em alguns aspectos, assim como pode não haver interatividade ou mesmo interação na TV Digital.

A interatividade na TV analógica existe, mesmo que de forma pequena e não muito significativa. Programas exibidos na televisão aberta como “Você Decide”, que foi exibido pelo TV Globo entre os anos 1992 e 2000, é um exemplo disso. Neste programa os telespectadores podiam escolher através do telefone qual final achavam melhor entre os dois apresentados para encerrar determinada situação. Os telespectadores votam em qual participante deve sair do “Big Brother”, qual modelo deve permanecer no quadro “Garota Fantástica” do Fantástico, entre outros exemplos. No entanto, o público fica restrito a escolher e não a determinar o rumo da história. Muitos autores classificam essa escolha com “reatividade”.

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

Ainda de acordo com Crocomo (2007), a interatividade pode assumir três níveis. A interatividade nível 1 ou “interatividade local” se caracteriza pelo armazenamento de dados no terminal de acesso. Assim, ao acessar as informações disponíveis em hipertexto na tela, o usuário estará acessando dentro dos dados armazenados no terminal. Um exemplo é quando o receptor escolhe um ângulo de câmera do mesmo jogo de futebol. As informações vêm num fluxo único da emissora para o terminal de acesso. O usuário apenas escolhe o ângulo. Esse nível também é chamado de “interatividade local”, isto é, acessa informações disponíveis na unidade receptora. Desta forma a “ação é semelhante ao uso do controle remoto para mudar de canal, que vai do usuário ao aparelho”, (CROCOMO, 2007, p. 82).

O segundo nível é marcado pela utilização de um canal de retorno, geralmente via rede telefônica. O receptor pode retornar a mensagem, mas não necessariamente em tempo

real. O usuário pode enviar as informações através de um *modem*<sup>12</sup> e, a partir dele, é possível fazer a escolha e enviar a informação, visualizando as opções na tela e, por meio do controle remoto, clicar no campo escolhido. A informação sai do terminal de acesso e segue até o destino, seja para um servidor da emissora ou para um provedor específico onde o dado vai ser adicionado ao resultado geral. Já no nível 3, o canal de retorno fica sempre funcionando, e é possível enviar e receber em tempo real. Nesse tipo de interatividade, é possível participar de um jogo em que a interação é imediata, além de uma série de outras aplicações. Assim, pode-se enviar e receber em tempo real, como acontece nos *chats*<sup>13</sup>.

### 2.2.1 A TV Interativa

Os estudiosos em televisão buscam encontrar formas de atrair, ainda mais, os telespectadores. Para isso, pesquisam maneiras de possibilitar uma programação interativa, mais próxima da interatividade proporcionada pela internet dos computadores e pelos jogos dos videogames. Assim, muitos estudos retratam possibilidades de se conseguir uma interatividade real bidirecional na televisão. A televisão que consegue de alguma forma proporcionar interação entre emissora e receptor é chamada de TV interativa.

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

Assim, como foi dito anteriormente, há conflitos na definição de interatividade aplicada à TV, uma vez que vários autores na contramão de Gawlinsky acreditam que ela só é possível com a existência da TV Digital. Acredita-se que a interatividades será mais completa com o advento da programação digital na televisão (grande transmissão de dados) que poderá possibilitar a interatividade nos diferentes níveis citados, além de trazer “potenciais benefícios

---

<sup>12</sup> *Modem* é um equipamento que tem como função modular os sinais que são transmitidos e demodular os sinais que são recebidos. Disponível em: <<http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=36>>. Acesso em: 30 out. 2010.

<sup>13</sup> *Chats* servem para que duas ou mais pessoas possam conversar entre si através da Internet em tempo real. A conversa pode conter desde apenas textos, até imagens, sinais, etc. Não é necessária a instalação de softwares (programas) nos computadores pois toda a comunicação se dá pela própria tela do website. Disponível em: <[http://www.servicosocial.ufsc.br/espaco\\_interativo.php](http://www.servicosocial.ufsc.br/espaco_interativo.php)>. Acesso em: 15 de novembro de 2010.

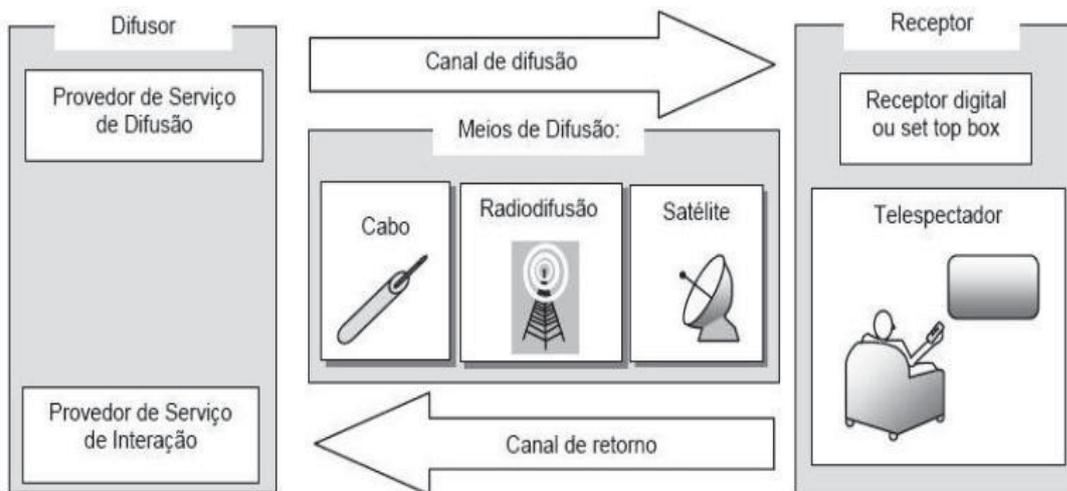
e facilidades atualmente somente disponíveis na internet” (WHITAKER, 2001; BECKER ET. AL., 2005 apud BECKER, 2007, p.65). No entanto, na TV analógica a interação também é possível, mesmo que de forma não tão ativa por parte do telespectador.

Como acredita Siqueira (2008, p.38), “a TV Digital vai trazer a possibilidade de interação com o cidadão ao permitir a criação de uma plataforma multimídia doméstica. Com isso, o televisor digital passará a ser um verdadeiro terminal que permitirá ao telespectador interagir com o mundo, comprar e ter acesso cada dia mais amplo à informação”. Partindo dessa análise, percebe-se que a tecnologia vem a favor da interatividade, pois possibilita o aprimoramento dos processos interativos, fazendo com que os telespectadores não sejam apenas reativos, mas também possam interagir ativamente. Os receptores da mensagem não só votarão no que querem assistir, mas poderão interferir na programação de modo a definir a instantaneidade do que querem assistir no momento adequado.

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

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

Becker e Montez (2004) propuseram um modelo de sistema de televisão digital interativa (FIGURA 6), segundo o qual, o difusor seria o provedor de serviço disponibilizado por um canal de difusão (cabo, radiodifusão e satélite) que passaria por um receptor digital ou *set top box* e chegaria ao telespectador de forma digital, possibilitando a interatividade. Por meio de um canal de retorno, o usuário responderia a mensagem para o provedor de serviço de interação. Segue abaixo o esquema proposto pelos autores:



**FIGURA 06:** Modelo de um sistema de Televisão Digital Interativa (Fonte: Becker e Montez. Disponível em: <<http://www.itvproducoesinterativas.com.br/pdfs/A-TV-Digital-Interativa-Conceitos-Tecnologias.pdf>>. Acesso em: 07 nov. 2010).

No entanto, existe um entrave nesse quesito.

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

Nota-se que a interatividade ainda está restrita ao controle remoto e aos programas de *pay-per-view*<sup>14</sup>, mas como aponta Primo (2003, p. 27): “ainda que por dificuldades tecnológicas e econômicas a interação no contexto televisivo resume-se basicamente ao controle remoto e programas *pay-per-view*, ensaia-se no Brasil um estágio intermediário entre a televisão unidirecional e a sonhada televisão interativa”.

O controle remoto passou a ser mais utilizado no Brasil em meados da década de 1980, com o aumento de canais UHF<sup>15</sup> e pelas operadoras de TV a cabo. Até essa época existiam poucos canais abertos de televisão e a forte influência de apenas uma emissora, a Rede Globo, o que inibiu a disseminação dessa tecnologia naquele momento. Em pesquisa

<sup>14</sup> Na modalidade *pay-per-view*, o assinante do serviço de televisão a cabo, mediante débito de um certo valor adicional, pode assistir à exibição de um programa que permanecerá codificado para os outros assinantes que não solicitarem o desbloqueio do sinal e o débito do valor cobrado (PRIMO, 2003, p. 27). Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/6959/000449573.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 07 nov. 2010.

<sup>15</sup> UHF: Significa “Ultra High Frequency”, ou em português “Frequência Ultra Alta”. Designa a faixa de frequências que vai de 300 MHz até 3 GHz.

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

realizada pela Inteligência em Telecomunicações (TELECO) no ano de 2009, 95,7% dos domicílios brasileiros tinham TV em casa. Assim, é perceptível que atualmente o aparelho é considerado indispensável para os brasileiros.

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

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

Um desses esforços para que a TV seja interativa pode ser verificado em experiências como a da TV Interação<sup>16</sup>, afiliada da Rede Globo que cobre as cidades de Uberlândia, Uberaba e Ituiutaba (todas no estado de Minas Gerais) que no dia 31 de agosto de 2010 foi a primeira a disponibilizar interatividade no jornalismo da televisão local. Os telespectadores recebem as informações como vagas de empregos, enquetes notícias curtas e previsão do tempo e, dentre essas possibilidades, podem assistir o que querem no momento em que decidirem, assim como atualizar o noticiário em formato de texto.

Em suma,

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

## 2.3 Telejornalismo

*Jornalismo é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e dos corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra, acrescida, no caso da televisão, de imagens.*  
Clóvis Rossi – Jornalista

<sup>16</sup> Disponível em: <[http://www.zebillin.com.br/?op=noticias&id\\_noticia=3003](http://www.zebillin.com.br/?op=noticias&id_noticia=3003)> e no anexo deste trabalho. Acesso em: 20 out. 2010

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

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

Em contrapartida, com o objetivo de veicular um “furo de reportagem<sup>17</sup>”, o jornalismo feito na televisão não consegue aprofundar-se na divulgação e na análise dos acontecimentos, como é feito nos meios impressos. Segundo Rezende (2000, p.71), “a TV tem um trunfo – a imagem – que a qualifica com meio de comunicação mais fascinante. Por sua íntima afinidade com a emoção, a TV possui um potencial de mobilização efetiva inigualável”. Ainda caracterizando alguns aspectos gerais do telejornalismo, é possível perceber que a TV

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

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

---

<sup>17</sup> Furo de reportagem é a notícia transmitida em primeira mão, antes de outras emissoras (PATERNOSTRO, 2006, p.205).

### 2.3.1 Telejornalismo Brasileiro

O primeiro telejornal da TV brasileira foi o “Imagens do Dia” que nasceu junto com a TV Tupi de São Paulo, em 1950. No entanto, o primeiro telejornal de sucesso foi o “Repórter Esso” que estreou em 1953 também na TV Tupi e ficou no ar por quase 20 anos.

Os primeiros telejornais “eram produzidos precariamente e careciam de um nível mínimo de qualidade” (REZENDE, 2000, p.106). Talvez esses problemas tenham sido ocasionados pela falta de conhecimento na produção de notícias para um novo meio de comunicação e pela inexperiência dos profissionais, a maioria advindos do rádio. Assim, os telejornais da década de 1950 foram marcados por textos e locuções radiofônicas, onde o verbal suplantava a principal característica da TV, a imagem, que era pouco explorada.

Em sua primeira fase, a TV no Brasil “era pouco baseada na fala, com pouca visualização”. A programação televisiva apresentava um baixo índice de noticiários. “[...] porque na competição com o rádio ela perdia em relação à instantaneidade” (Furtado, 1988: 60). Por causa da demora na revelação e montagem dos filmes, a transmissão das imagens dos fatos sofria um atraso de até doze horas entre o acontecimento e sua divulgação nos telejornais. E essa situação só se alterou com o Repórter Esso, em que o apoio de um anunciante de grande porte e o acordo com a agência de notícias norte-americana United Press International (UPI) proporcionou a libertação da narração exclusivamente oral e o uso mais freqüente de matérias ilustradas (REZENDE, 2000, p.106-107).

A década de 60 do século XX é marcada pelo avanço do telejornalismo, que entrou num momento de muita criatividade e expansão intelectual. O *Jornal Vanguarda* exibido pela TV Excelsior foi um dos pioneiros a produzir um telejornal diferenciado, no qual um novo conteúdo é inserido no telejornal: os comentários que eram reportados por jornalistas e cronistas do meio impresso.

Com o golpe de 1964 e com a conseqüente instauração do Ato Institucional nº5 pelo governo militar, o telejornalismo brasileiro perdeu seu tom criativo e inovador para ser submetido à censura. Assim, o jornalismo televisivo no Brasil passou a assumir as características do modelo norte-americano em que jornalistas deixam de ser os apresentadores e os locutores de rádio voltaram a conduzir os noticiários. Nesse período, mesmo com melhorias e novas criações nas produções de entretenimento televisivas, o telejornalismo continuava estagnado, pois sua linguagem e formato estavam sob pressão política.

Em 1969, foi criado pela Rede Globo o “Jornal Nacional” (JN) que está no ar até hoje e é líder de audiência no horário exibido. Essa criação ocorre no momento em que os

meios de comunicação estavam inseridos na chamada “era espacial” e “as ligações por microondas e as transmissões via satélite possibilitavam a integração com o restante do mundo. Torna-se, enfim, viável a formação de redes de TV” (REZENDE, 2000, p.109).

Desse modo, a década de 70 foi marcada pela glória do JN e pelo desaparecimento do famoso “Repórter Esso”, patrocinado pela multinacional norte-americana revendedora de combustíveis exibido no horário nobre e com características jornalísticas típicas do meio radiofônico.

Esse período também contou com a criação de um telejornalismo preocupado com a realidade brasileira, o “A Hora da Notícia”, transmitido pela emissora pública “TV Cultura de São Paulo” era, como explicita Rezende (2000, p. 112), um “telejornal dava prioridade ao depoimento popular a respeito dos problemas da comunidade. Essa mentalidade conduzida pelo editor do noticiário, Fernando Pacheco Jordão, teve uma resposta positiva do público, que colocou o programa como líder de audiência da TV Cultura”.

É também nos anos de 1970 que é incorporada a figura do repórter na condução e na elaboração das notícias telejornalísticas. Essa nova experiência pode ser verificada no telejornal “Os Titulares da Notícia” que teve sua linguagem reformada pela TV Bandeirantes. Nele havia espaço para depoimentos do povo e o trabalho do repórter era valorizado, uma vez que esse profissional não tinha somente que corresponder aos quesitos de aparência e boa voz, mas também que se preocupar principalmente em divulgar as notícias. Com essas mudanças editoriais, “Os Titulares da Notícia” ganhava mais credibilidade, pois o repórter não era apenas um locutor, mas alguém que participava diretamente da cobertura dos acontecimentos.

Desta forma, as emissoras aprimoram as técnicas telejornalísticas e desenvolvem novas formas de atrair o público para as informações. Ainda na década de 70 do século XX, “a TV Globo – já líder de audiência – lança mais um programa em rede nacional: Fantástico, o Show da Vida, uma revista semanal apresentada no início da noite dos domingos e recheada de entretenimento e informação”. (PATERNOSTRO, 2006, p. 34).

Com uma fórmula denominada “Padrão Globo de Qualidade”<sup>18</sup>, a TV Globo

---

<sup>18</sup> “Um conceito que estabelecia para a emissora objetivos que iam além da expansão física. Era necessário investir no aperfeiçoamento da técnica e, principalmente, na qualidade do conteúdo. Nesta época a Globo passou a adotar o sistema de programação nacional, com todas as emissoras afiliadas seguindo a mesma faixa de horários e programas estabelecidos pela geradora” (TOURINHO, 2009, p.65-66).

chegou a liderança e elaborou algumas regras para a transmissão de seus telejornais como a eliminação do improvisado, duração rígida no noticiário, cenário adequado, unindo de forma incomparável o texto e a imagem da notícia.

O tempo passava e o enorme índice de popularidade do *Jornal Nacional* mantinha-se inalterado graças à estratégia medida de inseri-lo entre as novelas das sete e das oito, os programas de maior audiência da televisão brasileira. [...]

Esse resultado animava a Globo a investir em jornalismo, visto pela perspectiva mercadológica, como uma pródiga fonte de recursos publicitários. Dessa política, saiu a decisão para o lançamento de outros telejornais: o *Hoje*, na hora do almoço, e outro noticiário no fim da noite, que recebeu vários títulos (*Amanhã*, *Painel*, *Jornal da Globo*, segunda edição do *Jornal Nacional*) etc. Anos depois surgiu um telejornal em um horário pouco convencional, no início da manhã, o *Bom dia de São Paulo*, que seria semente para outros programas congêneres nas emissoras filiadas à rede nos demais estados do país, com uma abordagem regional, e para o hoje consagrado *Bom dia Brasil*.

Também na década de 1970, a Globo criou o *Globo Repórter*, para, pela linguagem de documentário, tratar de certos temas com profundidade, o que não era possível nos telejornais, especialmente no *Jornal Nacional*. Outra vertente aberta foi a do jornalismo especializado, mediante a *TV Mulher*, já extinto, e do *Globo Rural*, que ainda mantém um público fiel nas manhãs de domingo (REZENDE, 2000, p.117-118).

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

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

A década de 80 do século XX foi marcada pelo abrandamento da censura, o que propiciou uma sensação de liberdade no telejornalismo.

A TV Manchete resolveu inovar com um telejornalismo de duas horas de duração no horário nobre e a TV Bandeirantes apostou em um telejornalismo baseado no modelo norte-americano com a utilização de um jornalista como âncora.

Joelmir foi o primeiro âncora brasileiro, mas foi Boris Casoy que foi identificado dessa forma por muito tempo. Em 1988, Boris atribuiu a qualidade de âncora não só o fato de apresentar as notícias, mas também o ato de entrevistar e fazer comentários pessoais sobre os assuntos reportados. Ele trabalhou desse jeito por muitos anos no SBT. Desse modo, o

jornalismo televisivo entra em novo formato estruturado basicamente na figura do âncora. Outros telejornais também aderem a esse modelo, como foi o caso da TV Cultura de São Paulo, Jornal da Bandeirantes, TV Globo, que optaram por jornalistas de grande credibilidade para assumiram esse papel tão importante nos telejornais.

O SBT também inova em 1990/1991 com o lançamento do telejornal *Aqui e Agora*, que tinha como característica principal a transmissão de notícias policiais produzidas à base de sensacionalismo e dramatização.

As matérias eram gravadas quase sem cortes, com o repórter encarregado de narrar e conduzir o telespectador. Seu formato era uma grande novidade. O “*Aqui e Agora*” teve muito sucesso de audiência, mas enfrentou dificuldades comerciais. Acabou por esgotar a fórmula e saiu do ar em 1997 (TOURINHO, 2009, p.111).

Ainda na década de 1990 surge a TV por assinatura com programação segmentada.

O dia 15 de outubro de 1996 marcou o início das transmissões da *Globo News*, o canal exclusivo de notícias da Rede Globo de Televisão, 24 horas no ar. Sob o *slogan* “a vida real em tempo real”, a programação veio cobrir as limitações que as grades de programação impõem às emissoras abertas, especialmente à TV Globo. Nessa tentativa, a *Globo News* procurava desenvolver a fórmula combinando agilidade com o aprofundamento da informação. [...] Enquanto se utiliza da estrutura da Rede Globo na cobertura nacional, para o noticiário internacional, a *Globo News* contrata os serviços da CNN e da agência de notícias Reuters (REZENDE, 2000, p.137-138).

Já o JN, no final da década de 1990, assumiu uma política editorial pautada no factual, mas com reportagens emotivas, de curiosidades do mundo animal e/ou da vida das celebridades, onde os apresentadores têm preocupação de ter uma relação próxima com o telespectador criando uma estratégia interessante para conquistar uma identificação com a audiência.

Desta forma o telejornalismo atual atrai o público porque faz um elo de identificação dos telespectadores com as notícias, em que são criados personagens para ilustrar as matérias e identificação com apresentadores.

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

Além disso, percebe-se que as notícias são em sua maioria factuais, sem muita contextualização, com pouca interação. No entanto, alguns telejornais brasileiros como o Jornal Hoje se assemelham a uma revista por exibir *notícias lights*<sup>19</sup>.

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

Com essa retrospectiva do telejornalismo no Brasil, percebe-se que o formato pioneiro desse gênero foi o noticiário em que o apresentador lia as notícias para a câmera, sem outras imagens nem ilustrações. Esse formato do apresentador aparecer no vídeo e ler as informações se mantém até hoje e, em alguns telejornais, o apresentador é tido como âncora, pois por meio de sua credibilidade emite sua opinião no programa (esse modelo foi importado do modelo americano).

No entanto, o telejornalismo não ficou só no formato do telejornal, mas buscou inovar com a criação de “programas de debate e entrevista, mediados pelos jornalistas de rede, e também os documentários e reportagens especiais, que ocupam os departamentos de jornalismo das emissoras” (SOUZA, 2004, p.152).

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

O telejornalismo brasileiro se preocupa em aderir às inovações tecnológicas existentes e uma delas é a interatividade. Esse atributo somado a esse veículo de grande audiência estimula uma postura mais ativa por parte dos telespectadores que poderão escolher

---

<sup>19</sup> Essas notícias possuem essencialmente três características que são elencadas a seguir:

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

o que querem se informar na hora em que sentem vontade. Isso tudo envolto no universo da digitalização, possibilita novas perspectivas de se fazer jornalismo na TV.

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

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

## 2.4 Infotretenimento

*Se ha tejido um vinculo estrecho y fundamental entre televisión y entretenimiento, y la televisión ha triunfado como el medio más popular y como el narrador central de nuestras vidas.*  
Omar Rincón

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

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

Apesar disso, o papel de divertir dos meios de comunicação não é bem visto. No jornalismo, as matérias de entretenimento são consideradas um subproduto ou até mesmo uma maneira de desviar a atenção do receptor de assuntos tidos como importantes. Existe um grande entrave sobre a junção de informação e diversão. Sempre prevaleceu a ideia de que

para informar tem que ser de forma séria e que o entretenimento nada agrega ao homem, apenas o distraí. O entretenimento sempre foi tido como algo negativo.

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

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

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

Essa nova especialidade jornalística convencionou-se chamar de Infotainment, (*Infotainment*) ou Infortenimento (*Infortainment*)<sup>20</sup>. Esses são termos recentes utilizados para denominar um novo conceito que vem emergindo com a confluência de dois termos bem conhecidos: a informação e o entretenimento. Gutmann define o termo da seguinte forma:

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

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

---

<sup>20</sup> Termo usado pelo americano Philip S. Cook em seu livro *The future of news*.

Essa relação entre informação e entretenimento não é nova, uma vez que desde o século XIX já existiam jornais que tinham nos *fait-divers*<sup>21</sup> seu estilo preferencial. É recente, porém, a preocupação sobre esse embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento, comumente chamado de *infotainment*, uma vez que é nos produtos culturais atuais que esse imbricamento se intensifica (SILVA, p.6).

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

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

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

O Infotretenimento é caracterizado por narrativas de acontecimentos de forma leve, pelo bate-papo e pela ênfase na vida privada. Como bem verifica Dejavite (2006, p. 69), “a notícia deve, na sociedade da informação, aparentar as mesmas características da cultura *light*: ou seja, ser efêmera, circular rapidamente, fornecer dados novos e, ao mesmo tempo, divertir as pessoas”.

Um exemplo de programa audiovisual que faz uso do entretenimento para informar é o “Custe o que Custar”<sup>22</sup>, programa transmitido pela TV Bandeirantes. Popularmente conhecido como CQC, esse programa semanal é conduzido pelo jornalista

<sup>21</sup> *Fait-divers* é um termo usado no jargão jornalístico para designar notícias diversas, geralmente com um toque de bizarrice. São aquelas notícias de catástrofes, acidentes, casos de polícia, enfim assuntos do cotidiano que despertam nossa curiosidade mórbida, mas que não necessariamente têm grande importância. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/colunas/regra10/ult3255u344041.shtml>>. Acesso em: 15 nov.2010.

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

Marcelo Tas<sup>23</sup> e pelos comediantes de *stand-up*<sup>24</sup> e de teatro, Rafinha Bastos e Marco Luque. Por meio de um tom humorístico, o CQC relata acontecimentos do campo cultural, econômico, social e, principalmente, político. Como aponta Gutmann (2008, p.2), “entre as principais marcas estão as reportagens performáticas, o jogo de sentidos criado por manipulações videográficas, o modo irônico com que discute os fatos cobertos pela grande imprensa, a sátira feita a personalidades públicas e a paródia das produções e processos televisivos, num jogo permanente de intertextualidade”. O CQC brasileiro conquistou uma grande audiência por propor um tipo de noticiário diferenciado, ou seja, que informe e, ao mesmo tempo distraia os telespectadores.

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

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

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

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

---

<sup>23</sup>Marcelo Tas também foi o criador e intérprete do personagem-repórter Enersto varella, que usava o humor para abordar temas sérios no telejornalismo (TOURINHO, 2009, p.93).

<sup>24</sup>Stand-up comedy é uma expressão em língua inglesa que indica um espectáculo de humor normalmente executado por apenas um comediante, estando geralmente em pé e sem o auxílio de qualquer outro jogo de cena. Também conhecida como humor de cara limpa, a stand-up comedy privilegia o humorista munido apenas do microfone, sem personagem, fantasia ou acessórios. O humorista stand-up não conta piadas conhecidas do público (anedotas), e sim prepara um material, escrito por ele mesmo, com texto original construído a partir de observações do dia-a-dia e do cotidiano.

Disponível em: <[http://www.gun.com.br/standupcomedybrasil/?page\\_id=6](http://www.gun.com.br/standupcomedybrasil/?page_id=6)>. Acesso em: 15 nov. 2010.

É pensando dessa forma que o uso de novas estratégias no telejornalismo brasileiro seria uma maneira de atrair o público para receberem de uma forma mais dinâmica, mais descontraída e mais interativa as notícias propagadas pelos meios televisivos.

Com este estudo buscou-se, principalmente, entender a gênese desse neologismo, que já está sendo usado por alguns autores, os possíveis conceitos desse termo, além de pensar a linguagem do telejornalismo na TV Digital a partir de elementos do Infotretenimento.

## **Considerações Finais**

Esta é etapa final deste trabalho, onde será possível verificar se os rumos escolhidos para a construção deste estudo exploratório culminaram na resposta da pergunta básica desta investigação, ou seja, se é possível produzir telejornais interativos para a TV Digital que levem informação e entretenimento.

Por se tratar de uma pesquisa bibliográfica e baseada em conceitos novos, como o do Infotretenimento, este estudo não objetivou resolver nenhum problema e nem chegar a uma constatação que não seja passível de aprimoramentos e questionamentos. Com este trabalho se priorizou o oposto, isto é, suscitar novas ideias e perspectivas sobre a produção de conteúdos telejornalísticos neste novo momento da televisão, o da TV Digital.

Assim, os resultados levantados a seguir talvez não sejam os mais viáveis para a elaboração de um novo tipo de telejornalismo, mas sem dúvida nenhuma proporcionarão a reflexão sobre o tema aqui discutido.

## **Resultados**

Antes de apontar os resultados, é necessário deixar claro que o desenvolvimento desta pesquisa não foi elaborado para incitar um telejornalismo antiético, mas sim incentivar a construção de telejornais com características mais atuais como o da “Era Digital” e que de alguma forma responda às expectativas e atraiam os telespectadores. Desse modo, como assinalam Barbeiro e Lima (2002, p.46), “mesmo com toda a tecnologia digital disponível, o jornalismo depende da velha e boa reflexão, investigação, acurácia e divulgação”. No entanto, “um conteúdo inteiramente diverso emergirá dessa digitalização, assim como novos jogadores, novos modelos econômicos e, provavelmente, uma indústria caseira da informação e do entretenimento” (NEGROPONTE, 1995, p. 23).

Depois de utilizar o “V de Gowin” para estruturar esta pesquisa e seguir os passos propostos por esse organizador prévio, como o levantamento bibliográfico sobre os conceitos de TV Digital, interatividade, telejornalismo, e Infotretenimento, verificou-se os pontos de intersecção entre esses assuntos.

Com uma retrospectiva sobre a implantação do modelo vigente de TV Digital no mundo, pode-se concluir que a maioria dos estudos sobre o avanço da televisão encontram-se centrados precisamente no refinamento da imagem, em detrimento da qualidade do conteúdo. Apesar disso, foi possível observar que a TV Digital poderá proporcionar um tipo de

interatividade mais real e bidirecional em que o telespectador poderá participar diretamente da programação, dando suas opiniões e fazendo suas escolhas. Além disso, espera-se que a TVD consiga fazer a inclusão social proposta do modelo SBTVD quando implantado pelo governo brasileiro.

É surpreendente: A TV Digital vai poder atingir as 50 milhões de pessoas analfabetas ou as que só conseguem escrever o próprio nome ou ler a placa de ônibus. E ainda, aqueles 74 milhões de brasileiros que têm menos de oito anos de estudo. Quer dizer, são 124 milhões de pessoas, das 180 milhões que existem no país, que estão à margem da sociedade. E é a vida das pessoas que a TV Digital pode transformar. (CROCOMO, 2007, p.20)

Já em relação à interatividade, este estudo limitou-se a discutir a conceituação desse termo, os níveis de interação e as características da interatividade proporcionadas pela televisão analógica e pela TV Digital. Com essa discussão, chega-se a mesma conclusão que e que Cannito (2010, p.16), “os novos sucessos serão programas que dialoguem com – e potencializem – os hábitos tradicionais do público”.

Em seguida, foi traçado um histórico do telejornalismo brasileiro que culminou na exposição das características do telejornalismo realizado atualmente no país. Além da verificação de que o jornalismo audiovisual pode se utilizar de estratégias digitais para elaborar conteúdos diferenciados que informem e, ao mesmo tempo, entretinha os telespectadores.

Por fim, foi abordado o surgimento do conceito do Infotretenimento e como ele pode ser visto com trunfo na “sociedade de informação”, uma vez que as pessoas têm procurado maneiras novas e diferentes de se informarem.

Ao confluir esses temas, chega-se a constatação que seria viável a elaboração de um novo formato de telejornalismo. Essa inovação deve ser realizada com o objetivo de atrair o público através do entretenimento, proporcionando uma interatividade real e bidirecional em que o telespectador não só responda, mas interfira no telejornal desde dar a sua opinião sobre as notícias até ter acesso a uma contextualização dos acontecimentos propagados pelo meio audiovisual.

Com este trabalho, verificou-se que algumas falhas do telejornalismo atual poderiam ser melhoradas ou até mesmo sanadas. Um exemplo de uma dessas falhas que poderia ser resolvida é a questão da falta de contextualização das notícias, pois com a preocupação em “dar o furo da reportagem” e pela exigência e necessidade tempos bem

definidos de duração de cada matéria, os telejornais não se aprofundam nos temas tratados o que ocasiona informações não muito completas.

Depois de entender a gênese e os possíveis conceitos de Infotretenimento, propõe-se aqui meios de utilização dos novos recursos proporcionados pela TV Digital que possam renovar a linguagem do telejornalismo como:

- Disponibilizar conteúdos mais segmentados e mais completos das matérias noticiadas pelo telejornal;
- A utilização da interatividade real e bidirecional de modo a fazer com que o telespectador não seja apenas ouvinte, mas seja agente colaborativo nas abordagens das notícias;
- Elaborar um telejornal permeado de notícias *lights*, ou seja, as matérias serão escritas com uma linguagem mais leve, de maneira a ocupar o tempo livre das pessoas, estimular e satisfazer as aspirações e curiosidades dos telespectadores, além de facilitar as relações sociais ao oferecer temas de conversação no dia-a-dia;
- Com a convergência das mídias e com a grande capacidade de veiculação de materiais diferenciados pela TV Digital, o telejornalismo poderá contar com ferramentas da internet, do rádio e do impresso e com a imaginação para ilustrar as notícias, de forma a atrair o público que cada vez mais busca se informar e se entreter ao mesmo tempo.

No entanto, com todas essas ideias advindas desta investigação, é necessário verificar que essas inovações na linguagem do telejornalismo só serão possíveis e acessíveis se o SBTVD fizer uma inclusão social, como foi proposto quando esse modelo foi implantado no Brasil pelo governo Lula. Além disso, serão imprescindíveis a capacitação de profissionais para atuarem na produção de conteúdos para a TVD e a aquisição de equipamentos que proporcionem de forma efetiva a interatividade tão aclamada do meio audiovisual digital.

### **Implicações em pesquisas futuras**

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

- Desenvolver um trabalho prático que por meio de erros e acertos seja encontrada a técnica ideal para a produção de telejornais de Infotretenimento interativos para TVD e avaliar os resultados;
- Estudar e produzir telejornais de Infotretenimento para TVD regionais com notícias segmentadas que respeitem os espaços de cada região do país e aproveite a vontade de exposição das pessoas;
- Desenvolver telejornais de Infotretenimento para TVD mais colaborativos em que os telespectadores possam sugerir pautas e enviar material sobre determinado assunto que acham que deve estar presente no noticiário. (O telejornal não deve veicular qualquer material, pois a participação tem que garantir não apenas quantidade, mas sobretudo qualidade.)
- Disponibilizar as notícias em diferentes formatos na TVD para que os usuários possam escolher a melhor forma de se informar;
- Avançar os estudos sobre a utilização das estratégias de Infotretenimento em telejornais produzidos para a TV Digital interativa;
- Desenvolver manuais de redação para a produção de telejornais com linguagem característica do Infotretenimento;
- Promover a capacitação dos profissionais que produzirão esses telejornais;
- Estudar maneiras de possibilitar o acesso da internet pela TV, pois com isso as redes sociais poderão se somar a TVD com o objetivo de se fazer um telejornal de Infotretenimento mais dinâmico e mais interativo.

## **Conclusões**

O novo modelo de organização da sociedade, denominado por alguns autores como Sociedade da Informação (CASTELLS, 1999), se assenta num modo de desenvolvimento social e econômico no qual a informação, como meio de criação de conhecimento, desempenha um papel fundamental na produção de riqueza. O mesmo autor afirma que a nova estrutura social está associada ao surgimento de um novo modelo de desenvolvimento chamado de informacionalismo, moldado no modo capitalista de produção. Neste novo modelo de desenvolvimento, a fonte de produtividade não se encontra na transformação da matéria – como no modelo industrial – mas, sim, na tecnologia de geração

de conhecimentos e transmissão da informação, ideia corroborada por Negroponte (1995) ao estabelecer a distinção entre átomos e bits em sua famosa obra “A vida digital”.

Dentro desse cenário do informacionalismo, a Sociedade da Informação constitui um campo decisivo de transformação da cultura e, principalmente, da informação, o que desencadeia novas formas de relações comunicacionais apoiadas na interatividade e altera o esquema clássico da comunicação funcional fundamentado no trinômio emissão-mensagem-recepção. Tem-se assim um deslocamento do foco de atenção em direção à recepção e, “nos termos da comunicação interativa reconhece-se o caráter múltiplo, complexo, sensorial, participativo do receptor, o que implica em conceber a informação manipulável, como intervenção permanente sobre os dados” (SILVA, 2003). Emerge assim na relação com os produtos de entretenimento a figura do receptor ativo, o que coloca em cheque o modelo clássico de comunicação. Diante das novas possibilidades de comunicação, concretizadas com a internet, os telefones celulares e outros aparelhos digitais, os consumidores – que eram antes uma audiência mais passiva –, converteram-se em usuários ativos de dispositivos tecnológicos. Hoje, opinam nos meios de comunicação formais e informais, participam da tomada de decisões de programas da TV e, principalmente, produzem e publicam seus próprios textos na internet. Ademais, a interação ou comunicação horizontal propiciada pela internet deixou os receptores de uma mensagem tão criadores quanto os emissores, de modo que já não conseguem fazer a distinção entre um e outro. Se todos ganham voz, certamente ficou mais difícil conseguir atenção.

Com o desenvolvimento das TIC passa a existir uma rede informacional composta pelas linguagens do entretenimento com as quais o indivíduo se relaciona por meio de processos comunicacionais, semióticos e cognitivos e adquire linguagem e pensamento. Desta forma, se o receptor ao estabelecer contato com produtos de entretenimento processa as informações ressignificando-as e deixando de ser um mero repositório delas, há aprendizagem durante o entretenimento, ideia corroborada por Quiroz (2008) que afirma que “a educação ou a promoção de atitudes reflexivas entre os jovens demanda uma visão que vincule o aprendizado, a crítica e a razão com as imagens e a música, e que transforme a emoção em reflexão”.

Segundo a organização Intervezes (2006, p. 28-29), “um dos pontos centrais do debate sobre um modelo brasileiro de TV Digital é a produção de conteúdo. Mais especificamente, sobre como produzir para esta nova plataforma de comunicação e

diversificar as fontes produtoras de informação, levando em conta as potencialidades da digitalização e a necessidade de reorganização da radiodifusão brasileira”.

Dessa forma, a ideia de desenvolver este estudo surgiu com o objetivo de traçar intersecções entre os temas TV Digital, interatividade, telejornalismo e Infotretenimento, visto que são assuntos atuais que articulados juntamente poderão caracterizar uma nova produção de conteúdo para a “sociedade de informação” inserida na “era digital”. Sendo assim, os resultados desta pesquisa poderão ser aplicados em produtos informacionais, notadamente em programas interativos de TV que demandem conteúdos diferenciados e atraiam a atenção de uma nova audiência já acostumada com a interatividade dos computadores. Além disso, com esta pesquisa pretendeu-se estudar e disseminar o conceito de Infotretenimento.

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

Como diria Carvalho (2006, p.7), “é preciso ousar em novos formatos, nas linguagens e nas dispersões estéticas que a interatividade proporcionará. Poderemos vislumbrar ricos experimentos para a educação a distância, para a inclusão digital e produção audiovisual regional. A soma das competências dos especialistas brasileiros, vivificada nos consórcios, e da opção pela convergência tecnológica, podem contribuir para o alargamento da cidadania, desta vez a digital”.

## Referências

- AMERICO, M. **TV Digital: Propostas para Desenvolvimento de Conteúdos em Animação para o Ensino de Ciências**. 2010. 213 f. Tese (Doutorado em Educação para a Ciência). Faculdade de Ciências, Unesp, Bauru, 2010. Disponível em: <[http://www.athena.biblioteca.unesp.br/exlibris/bd/bba/33004056079P0/2010/americo\\_m\\_dr\\_bauru\\_prot.pdf](http://www.athena.biblioteca.unesp.br/exlibris/bd/bba/33004056079P0/2010/americo_m_dr_bauru_prot.pdf)>. Acesso em: 30 set. 2010.
- BARBEIRO, Heródoto. **Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV**. Colaboração de Paulo Rodolfo de Lima. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- BECKER, Valdecir; MONTEZ, Calros. **TV Digital Interativa: conceitos e tecnologias**. In: SBC. (Org.). *WebMidia e LA-Web* 2004. 2004, p. 39-77. Disponível em: <<http://www.itvproducoesinterativas.com.br/pdfs/A-TV-Digital-Interativa-Conceitos-Tecnologias.pdf>> . Acesso em: 07 nov. 2010.
- BRASIL, 2006. **Decreto 5820 – Implantação do SBTVD – T**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm). Acesso em: 30 out. 2010.
- \_\_\_\_\_, 2010. **PNAD 2009 - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do IBGE**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2009/default.shtm>> . Acesso em: 05 nov. 2010.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.
- CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010.
- CARVALHO, J. M de. **TV Digital: O vértice é o interesse público. Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação**. 16 maio 2006. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/arquivos/TextoJuliano.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2010.
- CERVO, Amado Luiz. **Metodologia Científica 5 edição** – Amado Luiz Cervo, Pedro Alcino Bervian – São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- CIRNE, L; FERNANDES, M; PÔRTO, E. **Perspectivas da interatividade no Telejornalismo da TV Digital Brasileira**. IN: TELEVISÃO DIGITAL. Livro da Compôs. 2009 / Orgs. Sebastião Squirra e Yvana Fechine. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- Comunicação & Sociedade n° 48. **TV Digital Interativa**. São Bernardo do Campo, UMESP, 2007.
- COOK, Philip S. **The future of news**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1992.
- COSTA, E. V. da. **Fait-divers: jogador mata empresário no Paraguai. Folha.com**, 09 no. 2010. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/regra10/ult3255u344041.shtml>>. Acesso em: 15 nov.2010.

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

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

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

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

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

\_\_\_\_\_. *Educating*. Ithaca, Cornell University Press, 1981.

GOMES, F.J.L & LIMA, J.V. **O papel como interface para o t-learning**. Novas Tecnologias na Educação. CINTED-UFRGS v.3, n. 2, novembro, 2005. Disponível em: <[http://www.cinted.ufrgs.br/renote/nov2005/artigosrenote/a72\\_t-learning.pdf](http://www.cinted.ufrgs.br/renote/nov2005/artigosrenote/a72_t-learning.pdf)>. Acesso em 29 out. 2010.

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

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

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

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

LARA, Alexandre. **Infotainment: as inter-relações entre entretenimento e notícia nas grades de programação da rádio Band News FM Curitiba**. Revista RAZÓN Y PALABRA, ano 15, n. 71, fevereiro-abril 2010. Disponível em:

<[http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/31%20LARA\\_REVISADO.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/31%20LARA_REVISADO.pdf)>. Acesso em: 5 nov. 2010.

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

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

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

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

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

PORTAL DO SERVIÇO SOCIAL, Universidade Federal de Santa Catarina Centro Sócio-Econômico. **Espaço Interativo**. Disponível em: <[http://www.servicosocial.ufsc.br/espaco\\_interativo.php](http://www.servicosocial.ufsc.br/espaco_interativo.php)>. Acesso em: 20 out. 2010.

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

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

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

SBTVD, Fórum. **Glossário da TV digital**. Disponível em: <<http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=36>>. Acesso em: 30 out. 2010.

\_\_\_\_\_. **Como escolher o seu conversor digital**. Disponível em: <<http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=492>>. Acesso: 07 nov. 2010.

SENDOV, Blagovest. **Entrando na era da informação**. Estudos Avançados, Vol. 8, n. 20 São Paulo Jan./Apr. 1994. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40141994000100008](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141994000100008)>. Acesso em: 10 dez. 2010.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## ANEXOS

### ANEXO A

05/08/2010 - 07h00

## **TV digital no Brasil só atinge 38 cidades; 7 capitais não têm o sinal**

LARISSA GUIMARÃES  
DE BRASÍLIA

Passados dois anos e meio da primeira transmissão em sinal digital no país, a população não tem encontrado motivos suficientes para adquirir um televisor com o receptor digital acoplado ou um conversor externo. Uma das razões para que a TV digital ainda se encontre nesse patamar é o custo gerado para o cidadão que, sem ser assinante de TV paga, e queira adaptar-se à era digital, paga entre R\$ 400 e R\$ 600 por um conversor.

### [Governo quer grupo nacional na TV digital](#)

Além disso, a TV digital no Brasil só chegou a 38 cidades até agora, e sete capitais ainda não contam com este tipo de sinal. De acordo com dados da SET (Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão), existem 500 emissoras e 10 mil retransmissoras no país. Para digitalizar tudo isso, o custo estimado é de cerca de US\$ 2 bilhões.

A cobertura da transmissão digital abrange uma população de 72 milhões de pessoas, mas só um percentual reduzido tem acesso.

De acordo com o Fórum Brasileiro de TV Digital, apenas 2 milhões de conversores (embutidos ou externos) haviam sido vendidos até o fim de 2009. Em 2010, a expectativa é de que ao menos 6 milhões de aparelhos sejam comprados no Brasil.

O ano de 2013 foi definido por decreto presidencial como o marco para tornar obrigatória a cobertura da TV digital em todo o país. Em 2016, o sistema analógico será extinto.

Mas a falta de interesse da população pela TV digital não passa apenas pelos altos preços dos aparelhos - sejam eles televisões, conversores ou celulares - ou a cobertura insuficiente. A inexistência de novidades significativas desestimula as pessoas a saírem da transmissão analógica. Duas delas seriam centrais para isso: a interatividade e a oferta de mais conteúdo. Ambas não fazem parte da realidade do projeto de governo e empresas para a digitalização.

Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/777899-tv-digital-no-brasil-so-atinge-38-cidades-7-capitais-nao-tem-o-sinal.shtml>

## ANEXO B

31/08/2010

### Tecnologia

## **TV Integração é a primeira emissora do país a disponibilizar Interatividade na programação local**

*MGTV é o primeiro telejornal a aplicar o recurso que permite ao telespectador ter acesso a conteúdos extras direto da tela da televisão*

A TV Integração é a primeira emissora do país a oferecer os recursos de Interatividade em sua programação local. A afiliada Rede Globo já oferece os recursos disponibilizados pela Globo e nesta terça-feira (31), a emissora estreia a nova tecnologia no MGTV 1ª edição.

O telejornal é o primeiro do Brasil a aplicar a Interatividade. Considerada um dos exemplos mais bem-sucedidos de implantação do sinal digital no país, a TV Integração dá mais um grande salto, saindo à frente até mesmo de outros telejornais.

Com o recurso interativo, mais de 1 milhão de telespectadores da área de cobertura das cidades de Uberlândia, Uberaba e Ituiutaba passam a receber informações como: vagas de empregos, enquetes notícias curtas, previsão do tempo e a possibilidade da atualização do noticiário em formato de texto.

Para ter acesso à interatividade é necessário adquirir um aparelho com receptor de TV digital que também possua o middleware GINGA (programa criado para funcionar dentro do conversor digital, que permite o conteúdo interativo). O aparelho já está disponível no mercado para a venda em magazines e lojas de produtos eletroeletrônicos.

Hoje as pessoas podem ter acesso gratuito ao conteúdo interativo já disponível nos jogos do Campeonato Brasileiro de Futebol e nas novelas Passione e Ti-ti-ti. A novidade na TV Integração marca a chegada da interatividade no jornalismo.

Em setembro, a afiliada também vai disponibilizar a interatividade no programa Carona.

### Interatividade

O sistema GINGA começou a ser desenvolvido há 17 anos pela Universidade Federal da Paraíba e pelo laboratório de telemídia da PUC-Rio (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro). No final de 2009 foi aprovado pela UIT (União Internacional de Telecomunicação) o padrão Ginga – NCL. A aprovação significa uma chancela da UIT ao padrão brasileiro, que poderá ser utilizado por fabricantes do mundo todo em produtos que permitirão a interatividade. Com a implantação desse sistema, o Brasil fica à frente da Europa e dos EUA já que a interatividade será gratuita assim como a TV Digital.

Fabricantes já apostam e disponibilizam no mercado aparelhos que possuem o conversor de TV Digital embutido e externo com o novo middleware Ginga. Modelos de celulares com o padrão de TV Digital interativa custam em média setecentos reais, os televisores em média quatro mil reais e os conversores externos custam cerca de trezentos e cinquenta reais. A expectativa de uma das maiores empresas de eletroeletrônicos do mundo é de que ao final de 2010, cerca de 5% dos celulares vendidos no Brasil tenham a tecnologia da TV digital integrada (no final de 2009, esse percentual era de 1,5%). O fato de ser um conteúdo gratuito também deve contribuir para a demanda por esses aparelhos.

#### Pioneirismo

Primeira afiliada da Rede Globo, no Brasil, a TV Integração tem a marca do pioneirismo em seus 46 anos de história. Foi também a primeira emissora do país, fora dos grandes centros, e a segunda em Minas Gerais (atrás apenas da capital Belo Horizonte) a entrar na era digital, com a implantação do sinal digital em Uberlândia, no dia 16 de março de 2009. Em junho deste ano, a emissora lançou simultaneamente as transmissões do seu sinal digital nas cidades de Ituiutaba e Uberaba. E no prazo de cento e vinte dias ampliará sua cobertura a Araguari.

Sempre à frente das discussões relacionadas à TV Digital, a TV Integração tem sido referência e modelo dentro e fora do Brasil. Recentemente o diretor de engenharia da emissora, Paulo Feres, foi convidado para um dos maiores congressos de engenharia de televisão (SET 2010), que acontece em São Paulo. O diretor falou dos desafios da digitalização das emissoras do interior de Minas e também apresentou o aplicativo interativo que será disponibilizado na programação local da afiliada.

Disponível em: [http://www.zebillin.com.br/?op=noticias&id\\_noticia=3003](http://www.zebillin.com.br/?op=noticias&id_noticia=3003)

Com a Interatividade, a TV Integração vai disponibilizar notícias extras como a previsão do tempo.



Vaga de emprego será outro aplicativo da Interatividade disponibilizada no MGTV 1ª edição.

