

Um estudo exploratório sobre o Infotretenimento como estratégia na produção de conteúdos para Telejornalismo Digital

VIEIRA, Eloiza Cristina Fontes¹
AMÉRICO, Marcos²

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), câmpus de Bauru.

RESUMO

Este artigo trata de uma pesquisa exploratória, de cunho bibliográfico, com o objetivo de estabelecer relações entre os conceitos de Telejornalismo em TV Digital (TVD) 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. Considerando-se que, do ponto de vista do produtor de conteúdos comunicacionais, a “Era da Digitalização” requer um aperfeiçoamento e uma devida utilização dos recursos disponibilizados pela TVD, o artigo torna-se relevante, pois abre o caminho para se pensar numa programação para a TVD, antes mesmo de sua efetiva possibilidade de produção e programação. Pretende-se com este artigo pesquisar as ferramentas necessárias que justifiquem a possibilidade de um telejornal interativo que propicie inclusão digital e atraia o seu público-alvo para as informações noticiadas por esse veículo.

PALAVRAS-CHAVE

TV Digital. Telejornalismo. Interatividade. Infotretenimento. Inclusão Digital.

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 2009³, 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,

¹ Mestranda no programa de pós-graduação em Televisão Digital: Informação e Conhecimento da Unesp. Graduada em Jornalismo pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Unesp, foi bolsista de Iniciação Científica da Fapesp. E-mail: eloiza.fontes@gmail.com

² Orientador e Professor do Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, pela Unesp, câmpus de Bauru. E-mail: tuca@faac.unesp.br

³ 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.

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 interação⁴.

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 e que propiciem de algum modo inclusão digital. Assim, este artigo discute a viabilidade e necessidade de se produzir telejornais interativos para a TV Digital que levem informação e entretenimento, além de possibilitar inclusão digital.

TV Digital

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 Pesquisa Científicas e Tecnológicas da NHK – Nippon Hoso Kyokai, a rede de TV pública do Japão, fundada em 1925.

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

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*.

⁴ 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).

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.

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.

A TV Digital no Brasil

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*⁵ Ginga⁶; terminais de acesso de baixo custo e o método de compressão de dados H.264⁷, 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 artigos⁸, 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 radiofusão 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;

⁵ *Middleware* – programa de computador que permite o funcionamento de aplicativos da TVDI (votações, compras pela TV, etc (CROCOMO, 2007, p.64).

⁶ Ginga (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).

⁷ 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.

⁸ 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. Acesso em: 30 out. 2010.

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.

§ 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-M9, 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.

⁹ 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.

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 site¹⁰ 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.

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”.

¹⁰ 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

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 modem¹¹ 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 chats¹².

¹¹ 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.

¹² 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>. Acesso em: 15 de novembro de 2010.

Telejornalismo

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

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 reportagem¹³”, 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

¹³ Furo de reportagem é a notícia transmitida em primeira mão, antes de outras emissoras (PATERNOSTRO, 2006, p.205).

por esses programas. Dessa forma, será possível pensar em estratégias mais plausíveis e que atendam as necessidades e as expectativas do público televisivo.

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”¹⁴, a TV Globo chegou a liderança e elaborou algumas regras para a transmissão de seus telejornais como a eliminação do improviso, duração rígida no noticiário, cenário adequado, unindo de forma incomparável o texto e a imagem da notícia.

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.

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

¹⁴ “Um conceito que estabelecia para a emissora objetivos que iam além da expansão física. Era necessário investir no aperfeiçoamento da técnica e, principalmente, na qualidade do conteúdo. Nesta época a Globo passou a adotar o sistema de programação nacional, com todas as emissoras afiliadas seguindo a mesma faixa de horários e programas estabelecidos pela geradora” (TOURINHO, 2009, p.65-66).

O 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*¹⁵.

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).

¹⁵ 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).

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 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 regional e, até mesmo, recorrer a outros gêneros da própria televisão para fazer uma renovação consubstancial de modo a atrair ainda mais público.

Infotretenimento

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.

Essa nova especialidade jornalística convencionou-se chamar de Infotainment, (Infotainment) ou Infortainment (Infortainment)¹⁶. 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:

¹⁶ Termo usado pelo americano Philip S. Cook em seu livro *The future of news*.

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

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

Essa relação entre informação e entretenimento não é nova, uma vez que desde o século XIX já existiam jornais que tinham nos fait-divers¹⁷ 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 infotainment 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 infotainment 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 infotainment, mais próxima do termo americano *infotainment* e/ou *infotainment*. No entanto, será utilizado nesta pesquisa o termo Infotretimento, 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 Infotretimento 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”.

¹⁷ 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/colunas/regra10/ult3255u344041.shtml>>. Acesso em: 15 nov.2010.

Um exemplo de programa audiovisual que faz uso do entretenimento para informar é o “Custe o que Custar”¹⁸, programa transmitido pela TV Bandeirantes. Popularmente conhecido como CQC, esse programa semanal é conduzido pelo jornalista Marcelo Tas¹⁹ e pelos comediantes de *stand-up*²⁰ 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.

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.

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.

¹⁸ 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 co-produzido 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.

¹⁹ “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).

²⁰ Stand-up comedy é uma expressão em língua inglesa que indica um espetáculo de humor normalmente executado por apenas um comediante, estando geralmente em pé e sem o auxílio de qualquer outro jogo de cena. Também conhecida como humor de cara limpa, a stand-up comedy privilegia o humorista munido apenas do microfone, sem personagem, fantasia ou acessórios. O humorista stand-up não conta piadas conhecidas do público (anedotas), e sim prepara um material, escrito por ele mesmo, com texto original construído a partir de observações do dia-a-dia e do cotidiano. Disponível em: <http://www.gun.com.br/standupcomedybrasil/?page_id=6>. Acesso em: 15 nov. 2010.

Considerações Finais

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 artigo 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, 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 esse novo telejornal, a inclusão digital será feita por meio da ampliação do acesso à notícia a todos os brasileiros.

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

Referências

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

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

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

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

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

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.

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

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.

LARA, Alexandre. **Infotainment: as inter-relações entre entretenimento e notícia nas grades de programação da rádio Band News FM Curitiba**. Revista RAZÓN Y

PALABRA, ano 15, n. 71, fevereiro-abril 2010. Disponível em:
<http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/31%20LARA_REVISADO.pdf>.
Acesso em: 5 nov. 2010.

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

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

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.

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

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

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

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

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

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo, Summus, 2004.

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

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

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