

ANÁLISE E PROPOSTA PARA UMA TELEVISÃO DIGITAL INTERATIVA COMO INSTRUMENTO DE REESTRUTURAÇÃO E DIFUSÃO DEMOCRÁTICA

SANTOS, Patricia Basseto dos. Bacharel em Comunicação Social: Rádio e TV, mestranda em Televisão Digital na Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho. Bauru, São Paulo.

Palavras-chave: transmídia, multimídia, edutretenimento.

A televisão digital interativa (TVDI) traz possibilidades inovadoras do fazer e assistir televisivo. É possível a implantação total do edutretenimento, termo que significa educação por entretenimento, uma maneira de entretenimento inteligente para uma sociedade carente desse tipo de conteúdo.

Ao se pensar em comunicação, deve-se pensar mais do que o mero eixo receptor-transmissor. Deve-se buscar um elo de conhecimento horizontal e multilateral a ser estabelecido, é o que se propõe com a interatividade. Novos parâmetros de democracia da informação que dão a oportunidade da horizontalização da informação e de transformação social, já que a maleabilidade do meio digital dá a possibilidade de interferência na mensagem (e manipulação) por parte do usuários, gerando ao mesmo tempo novas categorias informacionais e novas necessidades comunicacionais.

(...)Quanto mais as novas tecnologias vão ganhando espaço na vida dos cidadãos, mais vão se rompendo as lealdades e as identidades de base territorial. A internet alarga os sentidos e as capacidades humanas através de uma viagem que é, na maioria das vezes, solitária. Interage-se com a vida através da tela do computador. Mesmo quando se pensa a TV Digital Interativa como meio de imersão para o mundo das TICs, formula-se o desafio

de trazer o computador do quarto para a sala de visitas, ou seja, do uso pessoal para o familiar, já que TV é o ponto de encontro da casa.(...)
(BIZZELI, p.80)

Quando pensamos em TV interativa, devemos entender que estamos tratando de um novo conceito televisivo: onde a emissão em fluxo unilateral deixa de existir e o antes mero telespectador passa a responder diretamente para os conteúdos de seu convívio. Essa é a interação. É a recreação da mídia televisão como conhecemos e de seu papel na vida dos atuais telespectadores que já fazem parte de uma sociedade cibernética e que habitam segundo o conceito de Bizelli, as chamadas “cidades radicais”:

(...)A TV Digital Interativa pode levar aos lares brasileiros uma infinidade de aplicativos que além de informar, forme o cidadão da Cidade Radical e funcione como canal de mão dupla para o governo (...)eletrônico. (BIZELLI, p. 84)

O que nos dá a oportunidade de rompimento das barreiras que separam o conhecimento erudito do popular, gerando um novo conhecimento misto, uníssono, capaz de agregar os dois extremos e fazer com que a população estabeleça novos parâmetros não só comunicacionais, mas principalmente sociais.

Ocorre uma multiplicação de conteúdo midiático, cujo ponto chave inicial é a televisão.

(...) quanto mais as mídias se multiplicam mais aumenta a movimentação e interação ininterrupta das mais diversas formas de cultura, dinamizando as relações entre diferenciadas espécies de produção cultural. A multiplicação das mídias tende a acelerar a dinâmica dos intercâmbios entre as formas eruditas e populares, eruditas e de massa, populares e de massa, tradicionais e modernas, etc. (SANTAELLA, 1996:31)

Como podemos perceber na fala de Santaella, a multiplicação das mídias tende a acelerar os processos comunicacionais, permitindo que através deles surjam reivindicações e necessidades novas advindas desses processos. Ao mesmo tempo que dá ferramentas para mudanças profundas na própria estrutura social, partindo da

democratização da informação e conhecimento, disponíveis nessas novas plataformas. No entanto, deve-se ressaltar que tal democratização é condicionada ao acesso aos meios comunicacionais que surgem, não sendo ainda uma realidade geral, devido a fatores econômicos condicionantes.

Se faz necessário entender que o atual acesso a essa digitalização, e, portanto, a esse conteúdo, é limitado e condicional de acordo com a estrutura urbana que pode ou não dar condições aos seus cidadãos de ter acesso ou poder escolher o acesso a esse tipo de tecnologia. A cidade radical que permite a inclusão e existência da televisão digital interativa, ainda não passa de um ente abstrato ideal na maior parte do Brasil, sendo que se pode entender o conceito “cidade radical” a partir da citação abaixo:

(...)Cidades Radicais, ou seja, aquelas Cidades Digitais que radicalizaram sua conduta em três direções:

1) conectaram todos os cidadãos através de infovias públicas e construíram uma base virtual da malha urbana que – através de um ERP – é capaz dar novas habilidades a agentes públicos, políticos e cidadãos na disputa de interesses e na tomada de decisões; 2) investiram para que os administradores públicos e as equipes de governo tenham educação continuada para o trabalho; e 3) transformam suas estruturas governativas em ossaturas porosas à participação popular, principalmente para reconstruir as lealdades afetadas pela forma individual de apropriação das TICs. (BIZELLI, p. 69 e 70)

Entendido o conceito urbano estrutural ideal, e supondo que o limite condicionante estrutural foi ultrapassado podemos repensar a emissão de conteúdo a partir da televisão digital interativa.

A democratização da televisão digital deve ser pensada inclusive dentro da própria estrutura televisiva. Faz-se necessário transformar o modo como se faz e pensa televisão. Faz-se necessário transformar o profissional de televisão. O realizar televisivo deve ser democrático e interativo, não se pode pensar em uma televisão digital com uma estrutura arcaica. É preciso criar uma história de gestão televisiva democrática e horizontal. O profissional dessa nova TV deve ser preparado para realizar toda e qualquer função, deve saber pensar o modo de produção como um todo, deve antes de buscar entender e se adaptar as permanentes mutações tecnológicas, um verdadeiro “eterno aprendiz”.

Por isso para propor um conteúdo educativo penso no processo como um todo, desde a gestão, até o processo cognitivo do público que agora será interator, passando pela plataforma tecnológica que delimita o público:

(...)Os consumidores por outro lado, estão reivindicando o direito de participar da cultura, sob suas próprias condições, quando e onde desejarem. Este consumidor, mais poderoso, enfrenta uma série de batalhas para preservar e expandir seu direito de participar. (JENKINS, p. 228).

Pensando no consumidor atualmente e tendo como ideal a educação participativa é proposto um produto onde o telespectador, aqui chamado de consumidor ou interator, porque perde sua função passiva de apenas receptor de fluxo; deverá interagir com o conteúdo. Buscar conhecimento a priori e posteriori para compreender em sua totalidade o que acontece na tela. Como exemplo no caso de um documentário é a experiência de viver o documentário junto com o documentarista, acompanhando seu cotidiano através de interações na tela e acompanhamento virtual por meio de *videoblogs* (Discovery Channel).

Haverão comunidades de conhecimento em torno do produto audiovisual, que buscam desvendar enigmas proposto e a linguagem semiótica que fará parte do roteiro, através da adoção de símbolos e estéticas que instiguem o interator a participar, desvendar e assim educar-se através do produto.

(...)Comunidades de conhecimento formam-se em torno de interesses intelectuais mútuos, seus membros trabalham juntos para forjar novos conhecimentos, muitas vezes em domínios em que não há especialistas tradicionais; a busca e a avaliação do conhecimento são relações ao mesmo tempo solidárias e antagônicas. (...) (JENKINS, p. 46).

Na era contemporânea, vivemos o fenômeno da globalização tecnológica, de consumo e cultura. Dentro desse aspecto concebe-se a cibernética como ponto difusor de todo o tipo de ideologia. Entende-se por ideologia, aqui, o conjunto de idéias e doutrinas de um indivíduo ou grupo. Assim, se entende porque através da cultura

cibernética é possível encontrar pessoas com interesses comuns. Não importando o idioma, o lugar ou qualquer outra coisa, as barreiras espaço-físico se rompem com a Internet, assim também, como se rompe a obrigatoriedade da revelação da identidade.

A cibernetica é uma ciência relativamente jovem surgida durante a década de 1940, a partir da teoria cibernetica de Wiener que diz que a cibernetica é uma teoria de transmissão de mensagens, a partir de impulsos elétricos. Hoje, a cibernetica está esquecida como ciência, mas tem espaço garantido de cooperação nas questões relativas as ciências sociais e comunicação contemporânea, o homem moderno, que chamarei aqui de “novo centauro”, por ser metade homem, metade máquina, tamanha sua relação de dependência com ela, que chega a se metaforizar no homem meio humano, meio cavalo da mitologia clássica. Vive em plena cultura cibernetica. Hoje, as mensagens são emitidas e são recebidas a partir de ponto em comum no espaço imaterial e codificado: as mensagens via Internet.

O novo homem é uma espécie de Ciborg, cuja relação com as máquinas, mais do que uma relação de cooperação, leva a dependência. Os crescentes avanços tecnológicos, sobretudo no campo da inteligência artificial tendo como princípio o código binário 0 e 1, levou o homem a acomodar de certa forma sua própria inteligência, deixando para a máquina atividades como operações matemáticas e reservas de memórias. O homem do século XXI. Ele se tornou refém de sua própria invenção na medida que num mundo de mensagens instantâneas e de globalização, onde acontecimentos locais têm respostas imediatas mundiais.

Não há tempo para memorizar, porque o novo chega instantaneamente, e o conhecimento que agora estamos obtendo pode ser tornar ultrapassado no próximo segundo, quando alguém, em uma parte qualquer do mundo, disser que assim o é.

Dentro do contexto do instantâneo, do ciber, surge a televisão digital, com novos paradigmas do “fazer televisivo” e tudo o mais dentro de seu mundo audiovisual. O desafio, portanto, é transformar o produto em algo metamorfo de acordo com a vontade do público. Permitindo que a interação traga sempre uma informação nova. Já que o novo produto audiovisual que faz uso do ciber não pode permanecer estável e permeável porque perderá o interesse do seu público interator.

As pessoas em todo mundo estão passando mais horas expostas à comunicação multilateral da internet e de outros terminais binários, que consumindo mensagens das tradicionais mídias analógicas (AMERICO, Marcos p. 5)

A partir da afirmação de Americo, permite-se compreender a extensão do poder midiático e a influência televisiva que dá aos seus detentores o poder de uma pedagogia paralela que se dá através desse meio, que aliada a tecnologia que permite a imersão midiática intensa, de conexão e integração com o meio.

A aproximação/fusão da TV às tecnologias computacionais cria uma nova mídia que momentaneamente é chamada de Televisão Digital Interativa - TVDI. Enquanto um novo modelo de comunicação audiovisual digital interativo multiplataforma, que tem como referência e matriz aquilo que conhecemos como televisão, não é definido, navegamos por caminhos tortuosos e sinalizados por siglas como iTV, TVD, HDTV, IPTV, entre outras (Américo, p. 4)

Estabelecemos a partir dessa mídia as condições necessárias de democratização de fato através da comunicação popular. É a TV que ocupa há década o papel de principal formadora de opinião no Brasil, a “babá eletrônica” cumprirá o papel que lhe regula a lei da concessão dando informação e cultura cuja emissão só pode oferecer resultados para a televisão interativa ser for compreendida primeiramente a re-colocação do telespectador:

(...) Antes da criação da televisão digital interativa, a interação com a TV era vista em um nível mais passivo, ou seja, a ergonomia – por envolver a qualidade da adaptação de um dispositivo a seu operador e à tarefa que ele realiza – era pensada através da ótica da relação do telespectador com o produto, aparelho de televisão, em si (controle remoto, painel de controle, etc). Isso quer dizer que a preocupação com a eficácia e utilização do produto eram voltadas para questões de manuseio. As ações do telespectador não eram pensadas no campo das informações visuais. Com a digitalização da televisão, as informações manipuladas pelo telespectador foram se tornando mais complexas.

Com a total digitalização do sistema, desde a produção até a recepção, torna-se possível uma interação mais imersiva e multimídia. O espectador passa a ser agente, tendo a possibilidade de optar pelo acesso de conteúdos e aplicações mais ricas, incluindo textos, imagens, jogos, etc. É neste contexto que o telespectador transforma-se em interagente, englobando na produção aspectos de usabilidade, ou seja, o produto midiático tem a necessidade de ser tratado em relação a sua habilidade de uso. (GELONEZE, Fernando, p. 7 e 8)

A partir de Geloneze, podemos entender a re-colocação do telespectador como interagente. O outrora mero espectador passa a ser atuante e pensante para que os novos conteúdos dêem os efeitos desejados e o conteúdo circule continuamente em todos os participantes do triângulo comunicacional de recepção-emissão que deixa de ser triângulo passando a ser uma estrutura linear.

Surge a necessidade de realização de conteúdos diferenciados e atraentes. Cabe a universidade e ao mercado repensar juntos esse conteúdo, porque é a perturbação do desconhecido que incita a busca científica e permite a criação de novos paradigmas conceituais e tecnológicos. No que se relaciona com a questão televisiva é preciso ressaltar as peculiaridades surgidas com a televisão digital:

Dentro do novo paradigma de TV Digital Interativa, as possibilidades de *download* e *upload* são primordiais quando discutimos os potenciais educacionais nesta nova mídia. (AMÉRICO, Marcos, p.4)

Pensando nesse aspecto não podemos esquecer que tais possibilidades estão limitadas a capacidade física-espacial dos hardwares das emissoras e para a compreensão também se faz necessário pensar na capacidade do interator de processar essas informações no que concerne à mecânica de sua máquina. O conteúdo deve ser pensado então nos limites tecnológicos econômicos desse interator, inclusive na possibilidade de criação diferenciada não só para cada plataforma como para as especificidades de cada sub-item, como exemplo. Mas os produtores oficiais de conteúdo terão capacidade profissional, econômica e tecnológica para tal? Atualmente não tem. Não podemos sequer supor se um dia terão, provavelmente não, com isso podemos assumir que essa democracia interativa é limitada e condicionada ao fator estrutural (equipamento), o que proponho então é a sugestão de uma televisão digital

interativa ideal, supondo condições ideais de emissão e recepção e portanto, de interação. Até o modo de jornalismo é modificado, há o surgimento de novos paradigmas sobre o tema. O jornalismo colaborativo, ou jornalismo cidadão, jornalismo, onde o jornalismo é produzido por cidadãos sem formação jornalística, as vezes em colaboração com jornalistas profissionais, porém essa não é uma regra. Esta prática se caracteriza pela maior liberdade na produção e veiculação de notícias, já que não exige formação específica em jornalismo para os indivíduos que a executam, divulgando o ambiente local para o global, num perfeito exemplo do termo “glocal” (Castells).

A própria estrutura sobre a qual é construída a notícia pode, assim, variar, fugindo dos padrões aceitos no jornalismo tradicional, tais como o lead e a pirâmide invertida. Neste caso, o relato em primeira pessoa, repudiado no jornalismo tradicional, é bem aceito e até indicado nas reportagens produzidas sob o modelo colaborativo de jornalismo. Mas, por outro lado, assim como outros sistemas colaborativos (como o *wiki*), carece de precisão e controle de qualidade sobre o conteúdo publicado. Esse gerenciamento é, geralmente, feito por jornalistas profissionais, que assumem as tarefas de edição do espaço, como no caso do quadro Outro Olhar dentro do Jornal do Brasil na Tv Brasil, onde algumas matérias são editadas de acordo com o espaço ou ajuste definidos pelo editor geral. Esse tipo de programa torna-se *establishment* na TV digital interativa.

O jornalismo colaborativo ganhou força nos últimos anos com a popularização das ferramentas digitais como câmeras, computadores, *softwares* de edição e celulares, com a fácil e muitas vezes instantânea publicação na internet como *wikis*, *blogs* e a popularização dos celulares equipados com câmeras digitais, além de outras novas tecnologias de informação e comunicação (NTICs), além da maior capacidade de gravação das câmeras fotográficas e o barateamento desses aparelhos.

Todos se tornam emissores potenciais. A TV pública tupiniquim deve pensar democraticamente nesse espaço que pela lei brasileira (Lei nº 4.117) é do próprio povo e oferecer então espaço para esses conteúdos.

Contudo, o excesso de informação pode causar o efeito reverso e impedir o efeito pedagógico desejado *a priori*.

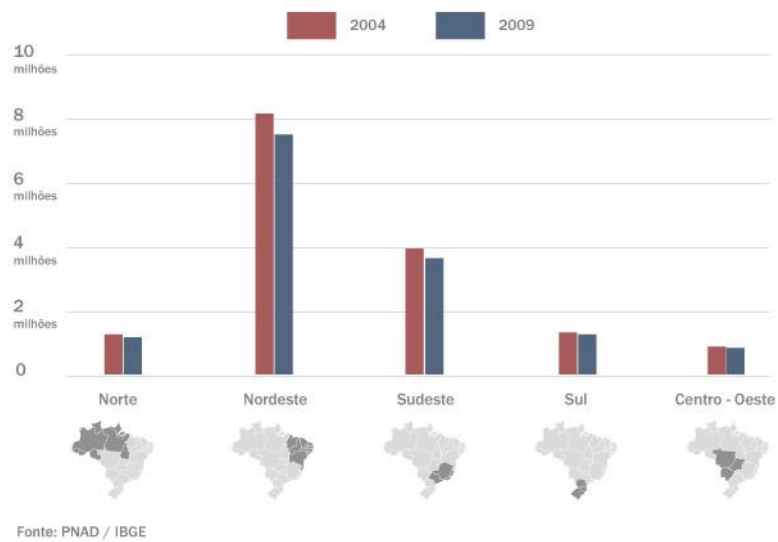
O discurso desse conteúdo é o diferencial estrutural que fidelizará e estimulará esses interatores ou não. É preciso desconstruir os mitos criados em relação a interatividade e interface de que todos poderão acessar facilmente os conteúdos, e que todos se tornarão emissores. Essa interatividade é condicionada as possibilidades materiais do público receptor/interator.

Os novos paradigmas estão ligados a situações ainda hipotéticas na realidade brasileira. Discutimos a televisão digital envolto à mitos sobre resolução, interatividade, a educação a distância. Mas e a realidade? A mão de obra? O conteúdo? A gestão?

A realidade brasileira na verdade é marcada por experiência *full HD* nas grandes emissoras e momentos de interface interativa em algumas novelas da Rede Globo de Televisão (Tititi e Morde e Assopra, por exemplo). Enquanto método de Educação à Distância até o presente momento (maio de 2011), não há nenhuma experiência aplicada. São poucas as regiões no país que a TV digital chegou de fato (em matérias de resolução e inclusive de transmissão de canais fechados). A experiência mais bem sucedida, ainda que de maneira rudimentar é realizado pela operadora de canais fechados Sky.

Nosso grande erro é buscar como exemplo *cases* de sucesso no exterior, como no Japão ou Espanha. Os modelos televisivos exteriores são válidos? Sim, no entanto apenas como estudo de caso. Não é possível pensar na TVDI brasileira comparando-a com televisões estrangeiras. É necessário fazer um apanhado de nossa realidade, de nossos fatores condicionantes, de nossa história televisiva, de nosso repertório cultural enquanto nação e a partir disso desenvolver um método de edutretenimento tupiniquim que eduque e facilite o exercício democrático:

Pessoas de 15 anos ou mais analfabetas por regiões



Como podemos comprovar através da tabela do IBGE, o Brasil ainda possui um grande número de analfabetos, cerca de 15 milhões de pessoas, distribuído de forma distinta pelo país, e o desafio da televisão digital interativa é buscar uma diminuição dessa desigualdade e cabe a nós pensadores da comunicação criar as ferramentas para isso, refletir e discutir o tema é o princípio que permitirá a construção de uma sociedade inclusiva que use como ferramenta a mídia televisão.

FONTES:

AMÉRICO, M. **A Produção de Conteúdos Audiovisuais Educacionais Interativos para TV Digital**. Santos, Brasil. Artigo publicado nos anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

GELONEZE, F. R. **Modelo de produção de aplicação interativa para Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre em Ginga**. Caxias do Sul, Brasil. Artigo publicado nos anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2010.

GOBBI, M. C. e KERBAUY, M.(Orgs.) **A Produção de Conteúdos Audiovisuais Educacionais Interativos para TV Digital**. São Paulo, Brasil. Editora Unesp e Cultura Acadêmica. 2010.

JENKINS, H. **A Cultura da Convergência**. Tradução: ALEXANDRIA, Susana. São Paulo, Brasil. Editora Aleph. 2008.

SANTAELLA. L. **Cultura das Mídias**. São Paulo, Brasil. Editora Experimento. 1996.