



As promessas de uma nova TV - Telejornais interativos nos primeiros anos da TDT no Brasil e em Portugal -

Carlos Tourinho¹

Universidade Vila Velha (UVV – ES).

Resumo: A oferta de conteúdos para públicos segmentados, apoiados numa relação dialógica entre emissores e receptores, é comum na Internet e exerce pressão para mudanças na TV aberta, ainda que esta nova arquitetura não esteja clara. Neste ponto, a interação entre os dois polos do tradicional eixo da comunicação aparece como a pedra angular de um novo modelo comunicacional que, embora já não possa ser materializado numa forma única e definitiva, surge como uma irrefreável tendência do setor a partir de importantes indicativos de que se trata de um desejo da audiência. Esta configuração dá origem a uma série de promessas onde já não há mais espaço para contratos pré-estabelecidos entre um enunciador e um enunciatário. Este artigo investiga as estratégias interativas dos primeiros anos da TDT no Brasil e em Portugal², e apresenta uma proposta de métrica para a análise deste fenómeno nos telejornais.

Palavras-chave: comunicação, televisão, telejornalismo, interação, interatividade.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento da tecnologia digital potencializou a configuração informacional em rede a partir do desenvolvimento da Internet, no final do Século XX. Tal fato

¹ Professor da Universidade Vila Velha (UVV-ES). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho (Uminho - Portugal). E-mail: carlos.tourinho@uvv.br

² Em Portugal a TDT foi implantada entre os anos de 2008-2012. No Brasil foi lançada em 2007 com previsão de conclusão até 2023.

permitiu a construção de novos formatos discursivos, atingindo decisivamente os meios de comunicação. “O fato novo é que as pessoas que acessam os conteúdos (...) desejam ser lidas e escutadas. A informação não circula mais em sentido único”. (Ramonet, 2012: 19). O entendimento destas novas condições e o relacionamento com este espectador/consumidor é, portanto, um desafio fundamental para que a mídia possa reconfigurar suas estratégias de comunicação e de negócios.

Este artigo é parte da tese de doutorado desenvolvida na Universidade do Minho, em Portugal, que analisou os primeiros anos (2010-2014) de implantação da TDT (TV digital terrestre) em terras lusas e brasileiras. A investigação apoiou-se em “promessas” feitas nos dois países, de que o telespectador teria, a partir da implantação da TV digital, não apenas uma imagem melhor, como maior oferta de conteúdos e possibilidade de interação. Ressalta-se que aqui não se analisou a qualidade dos telejornais, mas sua adesão às novas estratégias interativas. Até mesmo porque, embora a televisão interativa seja uma tendência, “não é uma questão moral”, como diz Cannito (2010). “A interatividade não pode ser considerada, em si mesma, um critério de qualidade (...). Ninguém reclama do ‘autoritarismo’ dos romances e dos filmes” (Cannito, 2010:18, 19).

Para Dayan e Katz (1999) há diferentes comportamentos dos públicos. Eles observam no teatro e no esporte uma interação que pode influenciar no andamento do espetáculo, ao contrário do cinema em que a interação é irrelevante e quase sempre interiorizada. Então, é preciso questionar a premissa de que todo o público deseja ver na televisão o mesmo que tem na Internet, indagar se a TV precisa deste mecanismo para seguir adiante e, da maior importância, saber se a televisão “deve” ao público/cidadão um lugar na construção da narrativa de sua Comunicação.

Entender a complexidade destes argumentos é permitir o despertar de um modelo original e adequado para o telejornal nestes tempos de viragem que marcam a “Hiper-televisão”, conceito pelo qual Scolari (2008) descreve a atual fase dessa mídia. De fato, não parece fácil construir um sistema que dê voz ao telespectador e, simultaneamente, preserve a credibilidade que o sistema exige; que atenda aos interesses de quem busca a oportunidade para uma assistência ativa e criativa e, ao mesmo tempo, permita o “sossego” de quem deseja apenas usufruir da função “recuperadora” que a televisão historicamente construiu “na sua sala de estar apolítica, como membro de uma família, como

consumidor, como um indivíduo em busca de sensações (...)” (Dayan e Katz, 1999). Este é o desafio.

INTERAÇÃO CIDADÃ

A motivação por enquadrar a análise no Brasil e em Portugal deve-se a vários aspectos, entre eles uma espécie de síntese do mundo ocidental: velho/novo mundo; Europa/América; primeiro mundo/ emergente; colonizador/colonizado. Em comum, o fato de estes países possuírem laços históricos no período Colonial, um passado com marcas do autoritarismo e uma duradoura amizade entre seus povos.

Em Portugal (como na Europa, em geral) convive-se de forma cada vez mais intensa com uma heterogeneidade cultural e econômica motivada não apenas por questões internas, como pela presença significativa de imigrantes africanos, árabes, brasileiros, chineses e do leste europeu. No mundo contemporâneo, em todo o planeta, os movimentos migratórios quando não são bem planejados acabam se tornando fontes de pobreza, criminalidade e distúrbios sociais. Neste caso, estará preparado o terreno para o isolamento destas populações, exclusão social e formação de guetos. Segundo Castells (2005) nós estamos numa sociedade em rede.

Apesar de nem todos, nem todas as coisas estarem incluídas nas redes (...). Assim, do ponto de vista político, a questão-chave é como proceder para maximizar as hipóteses de cumprir os projetos individuais e coletivos expressos pelas necessidades sociais e pelos valores (...) (Castells, 2005:26).

Estamos a falar não só do presente, como do futuro de Portugal, de sua relação com as comunidades estrangeiras que o habitam e também de segmentos de sua própria população nativa que se encontram afastados ou excluídos economicamente. A possibilidade de se reconhecerem na mídia, de verem reproduzidos ali seus problemas e dificuldades e de enxergarem, principalmente, seus sonhos, cria um vínculo social que contribui para a inclusão. A televisão é um importante contributo neste sentido, pois ela ainda fala a todos e todos ainda falam dela.

Pode-se dizer que no Brasil ocorre situação semelhante, embora mais caracterizada por um fluxo migratório interno. Neste caso, nem o fato de serem brasileiros diminui as resistências da absorção social daqueles que portam costumes, hábitos e valores

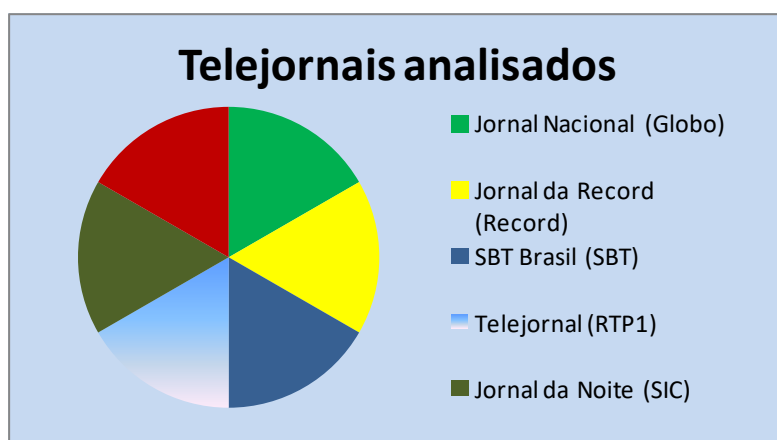
diversos do lugar onde se encontram. Isto ocorre especialmente porque estes fluxos são significativamente mais expressivos em torno das camadas pobres e excluídas dos processos de produção e consumo. É o que vemos nas favelas e bairros periféricos de todas as grandes cidades brasileiras. Para estes – mais do que para os ricos - é feita a televisão aberta e generalista. A televisão massiva exerce função fundamental como produtora de uma espécie de “cimento social” – parafraseando Gramsci - também chamado de “elo” ou “vínculo” social, como prefere Wolton.

O vínculo social significa duas coisas, o vínculo entre os indivíduos e aquele que existe entre as diversas comunidades constitutivas duma sociedade. Se a comunicação consiste em estabelecer algo de comum entre várias pessoas, a televisão desempenha um papel nesta reafirmação cotidiana dos vínculos que unem os cidadãos duma mesma comunidade (Wolton, 1994:157).

DEFINIÇÃO DA AMOSTRA E TIPOLOGIA ADOTADA

Buscou-se nesta pesquisa demonstrar as possibilidades interativas encontradas na observação e análise sistemáticas dos telejornais brasileiros Jornal Nacional (Globo), Jornal da Record (Record) e Telejornal Brasil (SBT) e dos portugueses Telejornal (RTP1), Jornal da Noite (SIC) e Jornal das 8 (TVI) (Figura 1). A coleta de dados se deu ao longo de quatro períodos entre os anos 2011, 2012 e 2013 e sua sistematização se alongou até 2014. A investigação parte da observação de quarenta (40) edições de cada um dos seis (6) telejornais definidos, totalizando duzentas e quarenta (240) emissões observadas na íntegra. Foram destacados na tese a história dos telejornais, os dias e horários em que vão ao ar, tempo médio de duração, número de blocos, número de notícias (incluindo VTs, notas e entrevistas), assim como seus prolongamentos na Internet (sites, aplicativos etc).

(Figura 1)



O modelo construído aqui é específico para a análise dos telejornais e arquitetado sob a crença de que há duas perspectivas diferentes e complementares para se entender a interação entre os agentes da comunicação: a Perspectiva Política (PP) relacionada a um compartilhamento de poder entre emissor e receptor, ao estímulo da cidadania e à comunicação democrática; e a Perspectiva Operacional (PO) interessada nos mecanismos telemáticos, lúdicos e comerciais da transmissão.

Com o modelo adotado pode-se identificar as características interativas dos telejornais pesquisados, o tipo de interação mais comum e sua frequência, os principais enunciadores das interações, as autorizações dadas pelas emissoras para a presença ativa de seu público, a existência de algum canal de retorno, a oferta de conteúdos extras, o estímulo à convergência, a presença de conteúdos lúdicos e comerciais, os formatos e os temas das notícias onde a interação aparece com mais frequência.

MODELO DE ANÁLISE DE TELEJORNAL INTERATIVO (MATI)

Modelo destinado a identificar no corpus do objeto de estudo a presença de variáveis (Tabela 1) que possibilitem a interação nos telejornais sob as Perspectivas Política (PP), e Operacional (PO).

a) Variáveis MATI de Perspectiva Política (PP)

São as variáveis de interação que, em diferentes níveis aproximam o emissor do telespectador estimulando o compartilhamento de poder e a quebra de barreiras típicas do

tradicional discurso unidirecional do telejornal. É através da qualificação e quantificação destas incidências que se identifica a intenção do operador em democratizar o telejornalismo, abrindo espaços para a manifestação do telespectador.

(Tabela 1)

ENUNCIACÃO (PP):

O telejornal evoca diretamente o telespectador no intuito de aproximar as instâncias da enunciação e a da recepção, simulando um diálogo. Embora esta ocorrência, por si, não agregue “poder” ao telespectador, ela identifica o desejo do operador em quebrar a rigidez e a formalidade do discurso ou, no nível mais elementar, reconhece a presença de alguém do outro lado da tela a quem dá “boa noite” e/ou convida para “voltar amanhã”.

COLABORAÇÃO (PP):

O telejornal estimula a colaboração do telespectador demonstrando a intencionalidade de “abrir a porta”.

INTERFERÊNCIA (PP):

O telejornal abre mão do monopólio da opinião, permite o diálogo, admite o contraditório, estimula e divulga as manifestações do público quanto à linha editorial, formato, duração ou, especificamente, ao assunto em exibição no momento.

ENUNCIADOR (PP):

Identificação do(s) enunciador(es) da oferta interativa sob a Perspectiva Política.

FORMATO DA NOTÍCIA:

Formato da notícia onde foi identificada qualquer uma das variáveis anteriores.

TEMA DA NOTÍCIA:

Tema/editoria da notícia onde ocorreu qualquer uma das variáveis anteriores.

b) Variáveis MATI de Perspectiva Operacional (PO)

A busca por elementos interativos dentro de um telejornal (em si o telejornal é um elemento tecnológico) tem como condicionante a ocorrência simultânea de ações telemáticas (Tabela 2) que permitirão ou facilitarão a interação usuário/conteúdo a partir da oferta. Estão aqui as possibilidades de interação – mais conhecidas como "interatividades" – que se caracterizam pela oferta de tecnologia.

(Tabela 2)

FLUXO (PO):

O telejornal permite ao telespectador escolher a reportagem que deseja assistir na hora que lhe for mais conveniente. A TV deixa de emitir em fluxo único e unidirecional, gerando seu conteúdo também sob demanda. Pode ser viabilizado por um *menu* onde aparecem as reportagens em exibição no jornal, mas que podem ser solicitadas na ordem e na hora em que o telespectador desejar.

CANAL DE RETORNO (PO):

O telejornal disponibiliza ou sugere um canal para a interação com o telespectador. Funciona como estímulo ao diálogo.

CONTEÚDO EXTRA (PO):

Oferta de informação extra a partir do próprio aparelho tradicional de TV, *Smart TV*, softwares e aplicativos interativos (Ginga, etc.) ou outros *devices*. Ressalta-se que quando a oferta deste tipo de recurso se dá a partir do próprio aparelho acaba por acrescentar valor ao conteúdo transmitido em linha, mantendo o telespectador concentrado na assistência do meio.

CONVERGÊNCIA (PO):

Estímulo para que o telespectador faça conexões entre os conteúdos dispersos em diferentes plataformas.

CONTEÚDO COMERCIAL (PO):

Uso da tecnologia para *e-commerce*, jogos pagos ou ligações tarifadas dentro do telejornal. É um indicativo de uma intenção de auferir outros ganhos com a interação, afora questões de audiência e motivações editoriais e sociológicas.

ENUNCIADOR (PO):

Identificação do(s) enunciador(es) de qualquer uma das variáveis anteriores.

FORMATO DA NOTÍCIA (PO):

Formato da notícia onde foi identificada qualquer uma das variáveis anteriores.

TEMA DA NOTÍCIA (PO):

Tema da notícia onde ocorreu qualquer uma das variáveis anteriores.

ESCALA DO TELEJORNAL INTERATIVO (ETI)

A partir da tipologia estabelecida (MATI) formatou-se a Escala do Telejornal Interativo (ETI) (Tabelas 3 e 4). Aqui também visualizamos esta tessitura sob as duas diferentes perspectivas analisadas (PP e PO). Esta opção está relacionada à percepção de que os telejornais e suas respectivas emissoras operam de forma assíncrona nos usos das Perspectivas Política e Operacional da interação. Ambas as escalas estão configuradas em cinco (5) níveis, sendo “1” o patamar que identifica a presença de elementos interativos primários e “5” o nível máximo (e ainda utópico para a televisão).

(Tabela3)

ETI - PERSPECTIVA POLÍTICA (PP)

Nível 1 – Presença da variável “**Enunciação**” num patamar ainda primário. Trata-se aqui do simples cumprimento formal (saudação) presente nas expressões de “boa noite”, “até já”, “até amanhã”, “bom fim de semana”, identificadas nas aberturas, chamadas dos destaques, “promos”, passagem de bloco ou encerramento do telejornal. Elementos que surgem em diferentes formas de discurso (verbal, gráfico ou gestual) que evidenciam um “olhar” do jornalista para o telespectador, mas que pouco avançam na construção dialógica entre operadores e telespectadores.

Nível 2 – Identificação de variáveis que revelam a intenção em quebrar a rigidez do discurso único. Caracteriza-se pelo texto coloquial em que o enunciador faz referência ao telespectador numa tentativa de aproximação (uso de pronomes pessoais informais, linguagens simples, coloquiais e diretas). Ainda que não signifique partilha de poder caracteriza-se pelo reconhecimento da existência de um co-agente no processo da comunicação.

Nível 3 – O telejornal reconhece a presença do telespectador como outro agente da comunicação e, acima disso, solicita a sua participação na produção do telejornal. Possibilidades associadas à variável interativa “**Colaboração**” da tipologia adotada.

Nível 4 – O telejornal reconhece e dá o direito de uma postura ativa do telespectador no programa. Permite críticas e sugestões. O emissor pode acatar as interferências da audiência, mas ainda é o organizador do conteúdo e dono da palavra final na produção do telejornal. Esta possibilidade de interação é identificada na variável “**Interferência**”. Neste nível, o telespectador deixa de ser um sujeito anônimo.

Nível 5 – O telespectador acumula as possibilidades das variáveis “**Enunciação**”, “**Colaboração**” e “**Interferência**”. Ganha poder semelhante ao do internauta nas redes sociais da Internet. Exerce permanente “fiscalização” do conteúdo, “posta” à vontade e tem igualdade de poder com o operador do telejornal. Caracteriza-se pela existência de tecnologia avançada da TV Digital, com canal de retorno de alta velocidade. Dada as diferentes gêneses da

televisão e da Internet sua aplicação prescinde de um novo contrato social entre as emissoras e os telespectadores em função das limitações espaciais e temporais da plataforma televisão, além de outras idiossincrasias relacionadas, por exemplo, aos conceitos de propriedade.

(Tabela 4)

ETI - PERSPECTIVA OPERACIONAL (PO)

Nível 1 – Apresenta conteúdos já incorporados pela TV tradicional analógica como o controle remoto, a possibilidade de acoplar equipamentos extras como vídeos cassetes, CD players, câmaras portáteis etc. Neste nível pode aparecer a variável “**Convergência**” com a apresentação gráfica do site da emissora na internet, sem que haja um reforço do apresentador ou qualquer outro estímulo para efetivar a convergência.

Nível 2 – Identificado pela presença de ao menos uma das variáveis “**Conteúdo extra**”, “**Conteúdo comercial**” e “**Convergência**”. Relativamente aos conteúdos “Extra” e “Comercial” o operador usa a tecnologia disponível (digital ou não) para oferecer um acréscimo à programação clássica do telejornal a partir do próprio dispositivo televisivo. Trata-se de uma oferta unidirecional de conteúdos complementares em que o telespectador apenas recebe e reage. Exemplos: informações extras no *ticker* (rodapé), a disponibilidade de um menu de informações ou a presença de telejogos ou *e-commerce*. No que se refere à variável “Convergência” esta se apresenta, de maneira ainda incipiente, embora mais explícita, quando o enunciador do telejornal estimula o telespectador a buscar conteúdos disponíveis em canais por subscrição (do mesmo Grupo) ou quando utiliza o discurso verbal para reforçar e sugerir que o telespectador visite um site na Internet (do próprio telejornal ou de algum assunto relacionado ao telejornal exibido).

Nível 3 – Na variável “**Convergência**” o telespectador é estimulado a fazer conexão entre conteúdos dispersos em outras plataformas midiáticas para além das indicações relacionadas no Nível 2. Este nível também identifica o desejo do operador em estar mais próximo do telespectador e entender sua necessidade de acessar meios complementares, como as redes sociais, *blogs*, *vlogs* etc. A oferta ou sugestão de uso de um “**Canal de retorno**” (smartphone, telefone, aplicativos, segunda tela etc.) sugere que o cidadão começa a evoluir em sua condição anterior de pouca atividade e ganha a permissão de interagir. Aqui a relação com a emissora deixa de ser unicamente reativa e o telespectador já pode interferir. Ainda assim, este não dispõe de poder de decisão sobre a publicação de suas intervenções.

Nível 4 – Numa evolução dos níveis anteriores, que podem ou não se apresentar conjuntamente, este patamar caracteriza-se pela existência de tecnologia avançada da TV Digital e pela facilidade de um “**Canal de retorno**” de alta velocidade. O telespectador ganha facilidade para se expressar, mas o poder de decisão permanece com o operador, a quem cabe autorizar a exibição do conteúdo gerado por este canal auxiliar.

Nível 5 – O telespectador tem acesso ao telejornal na hora e no lugar em que desejar cumulativamente aos níveis anteriores. A variável “**Fluxo**” representa o fim da tradicional visão transmissionista e unidirecional da televisão ao permitir o Vídeo sob Demanda e a mobilidade da recepção. Caem os paradigmas de imobilidade temporal e espacial. As condições técnicas permitem ao telespectador interferir no telejornal com a mesma facilidade que um internauta interfere nas redes sociais. Aqui a tecnologia permite ao telespectador compartilhar poder e exercer papel ativo na construção do produto.

ANÁLISES E RESULTADOS

Constituímos aqui um quadro demonstrativo da semântica dos telejornais do Brasil e de Portugal com base na Escala do Telejornal Interativo (ETI) e de sua relação com as expectativas por um modelo telejornalístico arquitetado em torno de uma televisão digital com promessas de interação. Com base na Análise de Conteúdo a partir dos dados evidenciados no Modelo de Análise do Telejornal Interativo (MATI) faremos

uma leitura relacionando as características das variáveis interativas (análise qualitativa) com sua incidência e repetição (análise quantitativa). Trata-se aqui de relacionar as características observadas no MATI com os níveis de interação previstos na ETI. Portanto, serão quantificadas as relações interativas até então expressas na gramática narrativa. Não será detalhado no escopo deste artigo o desempenho individual de cada telejornal com suas múltiplas variáveis³.

UNIVERSO PORTUGUÊS

a) CASO TELEJORNAL – RTP1

Perspectiva Política de Interação (PP)

Nível 1: o Telejornal não oferece conteúdos interativos relevantes. Não há qualquer variável interativa significativa, além do elementar cumprimento aos telespectadores de forma generalizada, formalizado em expressões como “boa noite”, “até já”, “até amanhã” etc. Durante o período de análise não foi identificado nem mesmo a intenção de fazer o Telejornal interagir com seu público.

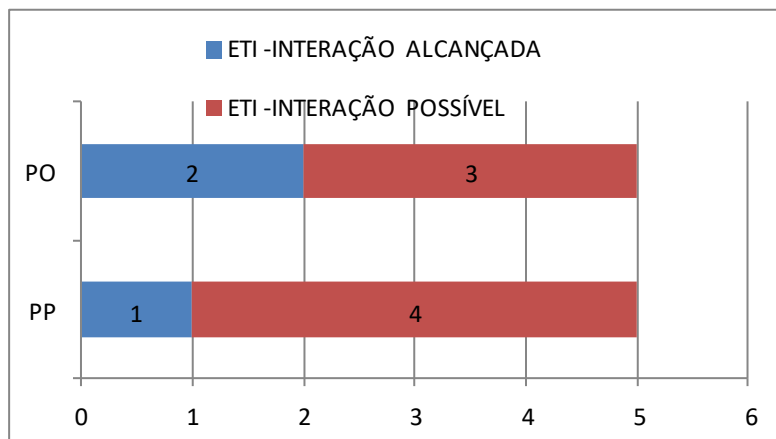
Perspectiva Operacional (PO)

Nível 2: durante parte da amostra desta investigação, o Telejornal ofereceu ao telespectador (por fluxo unidirecional) “Conteúdos Extras” e a possibilidade de “Convergência” com outra plataforma. Seu desempenho ainda representa a falta de crença de que a interação é um elemento de valoração do informativo e de sua relação com o telespectador.

Visualização das Perspectivas Política e Operacional

(Figura 2)

Escala de Telejornal Interativo - Telejornal (RTP)



³ Para ver análise e metodologia completas: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/34916>

b) CASO JORNAL DAS 8 – TVI

Perspectiva Política de Interação (PP)

Nível 1: o Jornal das 8 também não apresenta conteúdo interativo. Os apresentadores do telejornal demonstram pouca proximidade com o telespectador. Oferecem cumprimentos formais no início e no final do noticiário. Em poucos momentos a rigidez do discurso enunciativo é quebrada. O *slogan* “juntos criamos notícia” é uma oportunidade desperdiçada.

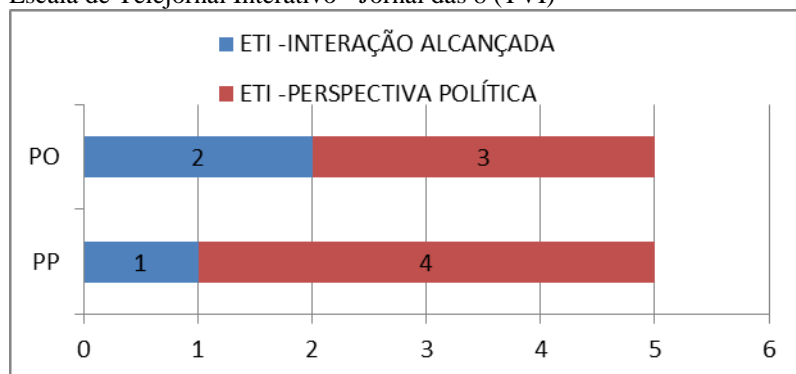
Perspectiva Operacional (PO)

Nível 2: o Jornal das 8 é emitido em fluxo único e unidirecional, não oferece canal de retorno e nem conteúdo extra. Na variável “convergência” a situação é um pouco mais avançada, embora ainda pouco efetiva. O Jornal das 8 convida o público para as plataformas de canal de notícias no cabo da mesma emissora e para o seu site na Internet.

Visualização das Perspectivas Política e Operacional

(Figura 3)

Escala de Telejornal Interativo - Jornal das 8 (TVI)



c) CASO JORNAL DA NOITE – SIC

Perspectiva Política de Interação (PP)

Nível 1: o Jornal da Noite, assim como os demais telejornais portugueses, concentra a enunciação das possibilidades interativas na figura do apresentador. Mas o “poder” que lhe foi outorgado é meramente formal e primário. O telespectador não é incluído no texto e no contexto do telejornal. Segundo o diretor de Informação, Alcides Vieira “jornal é feito por jornalistas”.

Perspectiva Operacional (PO)

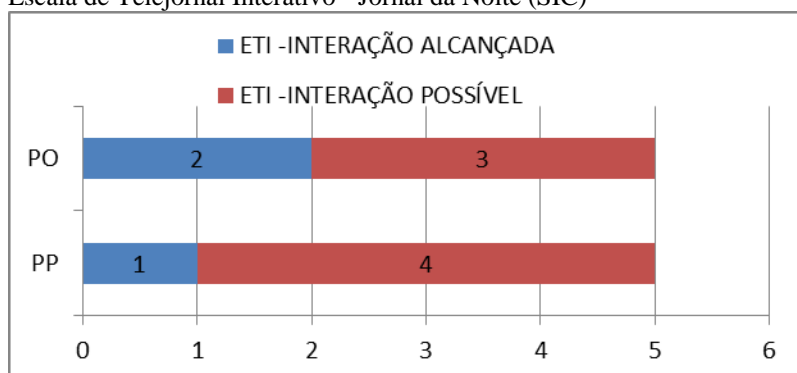
Nível 2: o Jornal da Noite segue o dispositivo clássico dos jornais não interativos. Não há fluxo bidirecional, nem canal de retorno. Pode-se dizer que inexistem conteúdos extras disponíveis (uma única informação em *ticker*, ao longo de 40 edições). Relativamente ao dispositivo “convergência” há uma intenção de remeter os telespectadores ao site do telejornal na Internet e ao canal de notícias a cabo da SIC (SIC NOTÍCIAS).

Também há frequência razoável de edições em que é sugerido ao telespectador que visite outros sites relacionados a assuntos abordados pelo Jornal da Noite.

Visualização das Perspectivas Política e Operacional

(Figura 4)

Escala de Telejornal Interativo - Jornal da Noite (SIC)



UNIVERSO BRASILEIRO

a) CASO JORNAL NACIONAL

Perspectiva Política de Interação (PP)

Nível 1: o Jornal Nacional não demonstra a intenção de compartilhar poder com seu telespectador. Na variável “enunciação” o JN só evoca o telespectador para as saudações formais nas aberturas e encerramentos. Afora este momento não se dirige ao telespectador a não ser pela técnica do “olhar para a câmera”. O público não é diretamente citado pelos enunciadores do telejornal e nem é estimulado a colaborar na produção das notícias. Portanto, não há visibilidade de qualquer interferência.

Perspectiva Operacional (PO)

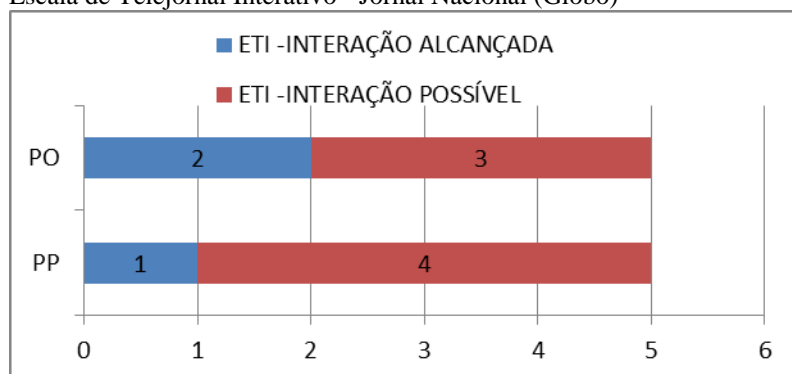
Nível 2: a PO pode oferecer condições que “facilitem” a transmissão e a alternância de vozes e de poder, através de recursos técnicos. Neste sentido procuramos identificar no Jornal Nacional a presença de recursos que ofereçam estas oportunidades. No entanto, o resultado da pesquisa empírica apontou a baixa incidência de recursos operacionais interativos. O JN é exibido em fluxo único e direcional, não oferece conteúdos extras (editoriais ou comerciais), e não estimula a utilização de um canal de retorno, embora a emissora tenha desenvolvido um aplicativo com esta proposta⁴. A variável “convergência” é utilizada na divulgação (por enunciação gráfica e, frequentemente, verbal) do site do telejornal na Internet.

⁴ A TV Globo possui um aplicativo, o **COM_VC** – que permite aos usuários comentar os programas com outros espectadores e agendar alertas para lembrá-los do horário dos programas. No entanto, o Jornal Nacional não fez qualquer menção a este recurso ao longo das 40 edições analisadas. O aplicativo restringe-se aos programas de entretenimento.

Visualização das Perspectivas Política e Operacional

(Figura 5)

Escala de Telejornal Interativo - Jornal Nacional (Globo)



b) CASO JORNAL DA RECORD

Perspectiva Política de Interação (PP)

Nível 3: o Jornal da Record mostra-se mais próximo do telespectador que os concorrentes, ainda que esta aproximação esteja mais relacionada ao seu perfil léxico do que a uma autêntica transferência de poder. A simulação de diálogo e a evocação direta ao telespectador identifica o desejo do operador em quebrar a rigidez do discurso e reconhece a presença de um interlocutor (ainda que este não tenha voz). Na variável “colaboração” este telejornal também abre espaços para o telespectador com frequência, ainda que não seja uma prática diária. No entanto, as colaborações recebidas não se integram ao telejornal (são direcionadas ao site da emissora) e, portanto, não se configuram como uma “interferência” do cidadão telespectador na produção do telejornal. Outro aspecto a chamar a atenção no Jornal da Record é a maior diversidade nos “elementos portadores” das possibilidades interativas. Além dos apresentadores (como nas demais emissoras), o elemento gráfico e os repórteres também aparecem como enunciadores.

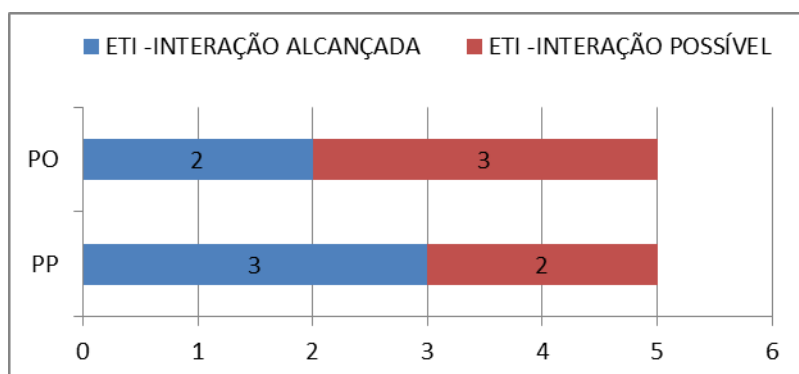
Perspectiva Operacional (PO)

Nível 2: na Perspectiva Operacional o Jornal da Record I é exibido em “fluxo” único, não sugere ou oferece “canal de retorno”, nem “conteúdo extra” ou “comercial”. Relativamente à variável “convergência” este telejornal remete seu telespectador frequentemente ao sítio da emissora na Internet. Seu uso, neste sentido, é mais intenso e presente do que os demais telejornais brasileiros do horário, o que pode ser interpretado como uma estratégia encontrada pela emissora para dar visibilidade à intenção de aproximar o telespectador dos novos meios digitais. Consolidando esta presença da Internet no telejornalismo vemos o apresentador - e não apenas o elemento gráfico - a legitimar esta convergência com seguidas interferências ao longo do informativo.

Visualização das Perspectivas Política e Operacional

(Figura 6)

Escala de Telejornal Interativo - Jornal da Record (Record)



c) CASO SBT BRASIL – SBT

Perspectiva Política de Interação (PP)

Nível 3: o SBT Brasil busca incluir o telespectador no ambiente do telejornal evitando um autismo comum nos telejornais tradicionais do horário nobre. O telespectador é evocado com frequência pelos apresentadores, seja pelo discurso verbal, seja pelo gestual. Embora o maior número de ocorrências esteja relacionada aos cumprimentos formais, também detectamos momentos em que o telespectador é incluído no texto de forma dialógica. O SBT Brasil também convida a audiência a colaborar com enquetes, ainda que estas não tenham periodicidade diária e seus resultados não sejam divulgados no telejornal (apenas na Internet). Houve ainda uma (única) oportunidade em que a variável “interferência” foi registrada, fruto de uma enquete que acabou por influir no conteúdo exibido (“o maior brasileiro de todos os tempos”). Fica evidente, no entanto, que tais percepções indicam muito mais uma intenção interativa do que propriamente uma interação avançada e rotineira.

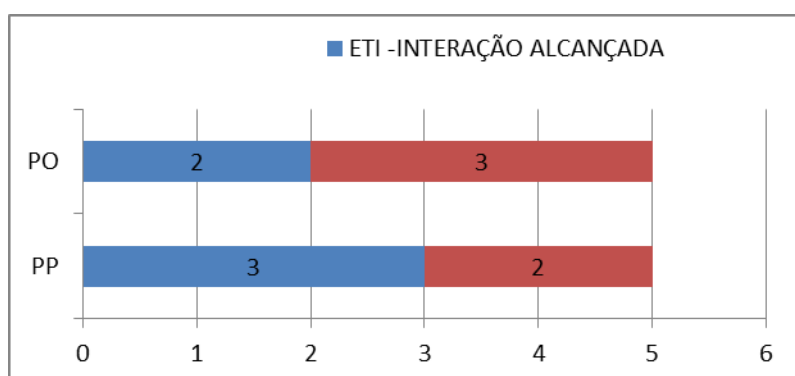
Perspectiva Operacional (PO)

Nível 2: no SBT Brasil há mais oportunidades perdidas do que aproveitadas. O “fluxo” de notícias é único e unidirecional e não há “canal de retorno”. O SBT Brasil não oferece “conteúdo extra”. A variável “convergência” se dá quase exclusivamente pela divulgação do site do telejornal na Internet (houve um único caso em que a comentarista de economia indicou um site de terceiros). O SBT Brasil foi o único telejornal desta pesquisa em que foi registrado uso de conteúdo comercial (ligações tarifadas para uma campanha social mobilizada pelo SBT). É um indicativo de uma intenção de auferir outros ganhos com a interação, afora questões de audiência e sociais. A chamar a atenção o fato de que este foi o único telejornal da amostra brasileira em que o enunciador “elemento gráfico” é mais utilizado que o “apresentador” na divulgação das variáveis interativas sob a Perspectiva Operacional.

Visualização das Perspectivas Política e Operacional

(Figura 7)

Escala de Telejornal Interativo - SBT Brasil (SBT)



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo parte de uma investigação que teve em seu escopo o objetivo de entender o recente fenômeno da interação e, especificamente, a interação praticada no telejornalismo, etapa que foi tratada aqui. Estamos a falar de uma televisão em meio a uma travessia histórica, não mais isolada e hegemônica. É fruto desta fase a TV Digital Terrestre (TDT) lançada em substituição progressiva ao modelo de tecnologia analógica. Entre as promessas da TDT estão o aperfeiçoamento da experiência de se assistir televisão, melhor imagem, portabilidade, mobilidade e “interatividade”. A propaganda institucional no Brasil e em Portugal avalizou esta inovação (TDT) como indutora de processos que ofereceriam ao telespectador uma nova rentabilidade no ato cotidiano de se assistir televisão. Buscamos esta característica no gênero telejornal. Para entender como este processo está a se dar no campo da informação televisiva ancoramos nossa investigação na análise dos telejornais mais assistidos em Portugal e no Brasil ao longo de três anos.

Construímos um modelo para categorizar as incidências interativas (MATI) e uma escala para indicar os níveis de interação encontrados (ETI). Além da dupla cobertura espacial da amostra (Portugal e Brasil) houve uma dupla e complementar certificação de perspectivas interativas: a Perspectiva Política - PP (relativa ao compartilhamento de poder e democratização da informação) e a Perspectiva Operacional – PO (apoiada nos aspectos lúdicos, técnicos e comerciais). São formas diferentes de se perceber a interação. Uma (PP) diz respeito à efetiva disposição de se ouvir o outro lado, de se compartilhar poder e permitir a interferência. Está associada ao campo da cidadania. A outra (PO) oferece o suporte capaz de oferecer as ações de participação política e em-

barca os interesses comerciais, especialmente nas esferas do entretenimento. Este estudo empírico identificou que em Portugal e no Brasil os telejornais exibidos no horário nobre seguem em ritmo lento na transição do modelo clássico-analógico para o interativo-digital. Os telejornais de maior audiência não se revelam como espaços de experimentação na televisão, sobretudo quando se trata de permitir a interferência do telespectador. A negação ou o adiamento da incorporação de uma linguagem interativa reflete um modo de pensar ainda moldado pelas práticas tradicionais da comunicação de massa e, até mesmo, uma incapacidade comunicativa dentro dos novos parâmetros da comunicação digital em rede.

Ao agir assim, o meio TV e o seu gênero telejornal, demonstram não compreender o modelo com que se arquiteta o novo espaço público, sobretudo aquele formatado pelos mais jovens. Estes pensam a comunicação a partir de uma nova volição desenvolvida progressivamente desde o advento da Internet. Sem a oferta de ferramentas interativas não há como estabelecer uma relação dialógica entre emissores e receptores. As manifestações públicas ocorridas em várias partes do mundo na segunda década do milênio são parte deste contexto. A linha que interliga os diferentes protestos em variadas línguas revela o desejo das pessoas em serem ouvidas e poderem participar. Como indica Lopes (2007), “o cotidiano sofreu profundas alterações. (...) as justificações para este novo rumo do audiovisual não podem estar apenas dentro do pequeno ecrã (...) estão também na sociedade. E convém não perder isso de vista” (2007:117). Se ainda faltava uma razão para ofertar níveis mais avançados de interação para gerar mais autonomia e ampliar o conjunto das vozes na construção dos informativos, eis ela aqui. A individualidade das massas quer ser ouvida e, na ausência de canais massivos que a ouça, toma outros espaços, como as ruas, nas manifestações citadas. Portanto, mais do que um assunto exclusivo da mídia, a interação apresenta-se como uma demanda social: a (re)elaboração de um espaço público plural.

Outro aspecto chama a atenção nos resultados revelados na pesquisa. Os telejornais mais avançados nas ofertas interativas são justamente aqueles que estão mais afastados da liderança da audiência: o Jornal da Record e o SBT Brasil. Há cinco (5) décadas a liderança brasileira entre os telejornais é do Jornal Nacional, justamente aquele que menos tem se movimentado no sentido da interação com o telespectador no pano-

rama brasileiro. Pelo lado português, há um total equilíbrio entre o Telejornal, o Jornal da Noite e o Jornal das 8 nos resultados obtidos na Escala do Telejornal Interativo (ETI). Ressalte-se que ao longo dos últimos anos estes telejornais se revezaram na preferência do telespectador.

Daí podermos concluir que o risco de se mexer em telejornais líderes em audiência pode ser visto como um fator inibidor da inovação. É, também, através das exigências do público que a “promessa” poderá virar “realidade”. E assim se dará a superação das metáforas da TV “espelho” ou “janela”, que marcaram outras etapas históricas da televisão. Janelas e espelhos já não satisfazem o telespectador multimidiático, acostumado com os novos contornos de uma sociedade interativa e em rede. Este quer passar pela “Porta Nova”. Uma porta para o futuro da televisão e do telejornal. A “Porta Nova” simboliza a passagem, a travessia, um novo caminho.

REFERÊNCIAS

CÁDIMA, F. R. (2011) *Interatividade na TV* [online], Cultura e Mercado [<http://www.culturaemercado.com.br/tvcem/interatividade-na-tv/>], acessado em 17/11/2012].

CANNITO, N. (2010) *A Televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócios*, São Paulo: Summus Editorial.

CASTELLS, M.& CARDOSO, G. (orgs.) (2005) *A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Ação Política (Conferência promovida pelo Presidente da República)*, Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.

DAYAN, D.& KATZ, E. (1999) *A História em Directo: Os Acontecimentos Mediáticos na Televisão*, Coimbra-Portugal: Minerva.

JENSEN, J.F. (2005) *Interactive Television: New Genres, New Format, New Content* [online]. [<http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1109194#>] acessado em 11/05/2011].

LOPES, F. (2007) ‘Novos Rumos no Audiovisual Português: o Reflexo do Big Brother na Informação Televisiva’ in Pinto, M. & Sousa, H. (orgs.) (2007) *Casos em que o Jornalismo foi Notícia*, Porto: Campo das Letras.

SCOLARI, C. (2008) *Hacia la Hipertelevisión: Los Primeros Síntomas de una Nueva Configuración del Dispositivo Televisivo*, Revista Académica de la Federación Latino Americana de Comunicación Social – Diálogos de La Comunicación, 77.

WOLTON, D. (1994) *Elogio do Grande Público: Uma Teoria Crítica da Televisão*, Porto-Portugal: Asa.