

# Proposição da adoção de um paradigma qualitativo como metodologia para a produção de conteúdo para a TV digital

Paloma Maria Santos<sup>1</sup>

Airton Zancanaro<sup>2</sup>

Maria José Baldessar<sup>3</sup>

## Resumo

Este artigo tem por objetivo apresentar uma reflexão sobre a metodologia a ser adotada no desenvolvimento de conteúdo para a televisão digital. Partindo da análise do comportamento atual das informações disponíveis nos meios de comunicação, principalmente na internet, buscamos, em algumas referências bibliográficas, suporte para sugerir a adoção de um paradigma qualitativo para a produção de conteúdo para a televisão digital. Através deste, as informações são produzidas e disponibilizadas priorizando o quesito da qualidade e não da quantidade, tendo em vista a percepção do valor agregado daquele para o usuário. Consideramos, ainda, a popularização da internet, que disponibiliza uma massa informativa impressionante, mas, que não necessariamente as apresenta com qualidade. Assim, procuramos diferenciar situar a necessidade de produção de conteúdos que devem se diferenciar dos que existem hoje, tanto na internet quanto na televisão analógica. Enquanto na primeira, o que predomina é a falta de controle e a superficialidade da informação disponibilizada, na segunda, há o predomínio da vontade do poder econômico e da manipulação de informações a serem apresentadas ao telespectador. Outra perspectiva é que no ciberespaço, cada um é potencialmente emissor e receptor. Os pólos se misturam e se desfazem a todo momento. A figura de um centro emissor ativo e de vários receptores passivos perde o sentido. Nesse sentido, a interatividade, é a chave para o acesso dos, até então, meros receptores, ao mundo da produção e do compartilhamento de conteúdo através da televisão. Juntamente a evolução tecnológica, espera-se que esse novo sistema venha transformar o papel do telespectador. A expectativa é que, além de melhorar significativamente a qualidade de áudio e vídeo, a televisão digital transforme o telespectador em “usuário colaborador”, frente à capacidade de interação proposta pelo sistema. Assim, vemos o telespectador como ser ativo na construção e utilização dessa nova ferramenta. É pensando nele, que as emissoras devem se preocupar em produzir e disponibilizar conteúdos com maior qualidade e interatividade.

**Palavras-chave:** Televisão Digital. Interatividade. Internet. Produção de Conteúdo. Paradigma Qualitativo.

## 1. INTRODUÇÃO

---

<sup>1</sup> Graduada em Engenharia de Telecomunicações pela Universidade Regional de Blumenau. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina. Beneficiário de auxílio financeiro da CAPES-Brasil. Email: [pmariasantos@yahoo.com.br](mailto:pmariasantos@yahoo.com.br)

<sup>2</sup> Graduado em Ciências da Computação pela Universidade Regional de Blumenau. Mestrando do Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina. Beneficiário de auxílio financeiro da CAPES-Brasil. Email: [airtonza@gmail.com](mailto:airtonza@gmail.com)

<sup>3</sup> Graduada em Comunicação Social Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina. Mestre em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina e Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Atualmente é Professora Adjunta da Universidade Federal de Santa Catarina e Membro de corpo editorial da Revista Discursos Fotográficos. Email: [mbaldessar@hotmail.com](mailto:mbaldessar@hotmail.com)

A sociedade vive um momento de transição. Está migrando da era da informação para a era do conhecimento<sup>4</sup>. Apesar da matéria-prima base de ambas, ser a informação, a preocupação da segunda se traduz pela necessidade de educação, treinamento e desenvolvimento, enquanto a primeira se preocupa em utilizar intensivamente as tecnologias da informação e comunicação (TICs) de forma a levar o “produto informação” a seus potenciais consumidores.

Na sociedade da informação, anunciada pelo sociólogo Daniel Bell<sup>5</sup>, em 1973, figura o surgimento de um novo quadro social das telecomunicações, que define como o intercâmbio econômico e social será realizado bem como a forma como o conhecimento será criado e recuperado.

P. Elliot (1986, p.109 apud Abril 1997, p.73), afirma que:

La expresión ‘sociedad de la información’ no es tautológica: no hay sociedad sin relaciones comunicativas, mientras que las prácticas de información, tal como las venimos describiendo, son privativas de la sociedad moderna/postmoderna. Además está ampliamente extendida en la literatura especializada la expresión ‘sociedad de la información’, precisamente para referirse a la sociedad postindustrial caracterizada por un rápido cambio tecnológico y por los desarrollos consiguientes de la electrónica, de los sistemas de procesamiento de información e de nuevos media.

Por meio da internet, a sociedade da informação atinge seu ápice. O sentimento de estar em rede, proporcionado por aquela, de estar conectado com outras pessoas e poder ter acesso a qualquer tipo de informação em qualquer tempo, trouxe encanto a todos os seus adeptos. A popularização da internet fez com que, em pouco tempo, uma explosão de portais aparecesse e os indivíduos ficassem cada vez mais cercados pela tecnologia. Não demorou para que as pessoas começassem a se perderem em meio a tanta informação, sem saber o que fazer nem como agir diante de todo o conteúdo. A falta de controle sobre o que estava sendo distribuído pela rede, atraiu e atrai cada vez mais as pessoas que procuram pela liberdade de expressão.

Segundo Atem (2008, p.1), [...] “comunicar é mais importante do que os fatos comunicados”. Ao citar McLuhan, Atem (2008, p.4) diz que “importa menos o que se comunica e mais como se comunica. É uma filosofia da forma, e não do conteúdo”. A verdade da época se traduz na frase de John Naisbett: “[...] estamos afogados em informação, mas morrendo de fome por conhecimento”.

---

<sup>4</sup> De acordo com o *Information Society Commission* (2002, p.9), a emergência da sociedade do conhecimento se traduz por uma demanda ainda maior de uma força de trabalho qualificada e bem educada em toda a economia.

<sup>5</sup> Sociólogo norte-americano que criou o conceito de "sociedade pós-industrial". Esta sociedade caracterizar-se-ia por uma relação mais próxima entre ciência e tecnologia (INFOPÉDIA, 2003-2009).

Enquanto novas mídias surgem e ocupam seu espaço, outras rapidamente desaparecem, e a internet continua ali, conquistando cada vez mais adeptos. Hoje, é somente através dela que o usuário tem a possibilidade de opinar e efetivamente participar, em alguns casos, da produção do conteúdo que este quer ter acesso.

A televisão digital, nesse contexto, vem justamente para quebrar esse paradigma. Ela, que chegou ao Brasil em dezembro de 2007, cumprindo o que havia sido designado no decreto 5.820/06, configura-se como uma ferramenta que irá transformar o telespectador em colaborador. Da mesma forma como acontece na internet, espera-se que o usuário possa usar a televisão digital como uma ferramenta solucionadora de problemas, dada a capacidade interativa proposta pelo sistema. Espera-se que o usuário possa fazer parte de uma rede colaborativa de construção de conhecimento.

Neste artigo, busca-se a proposição da adoção de um paradigma qualitativo como metodologia para a produção de conteúdo para a televisão digital. Conteúdos estes que devem se diferenciar dos que existem hoje, tanto na internet quanto na televisão analógica. Enquanto na primeira, o que predomina é a falta de controle e a superficialidade da informação disponibilizada, na segunda, há o predomínio da vontade do poder econômico e da manipulação de informações a serem apresentadas ao telespectador.

A seção 2 deste trabalho apresenta um breve histórico das invenções midiáticas. Na seção 3, explora-se a mídia Internet. O comportamento das informações nas mídias é apresentado na seção 4. A seção 5 traz informações sobre o surgimento e aprimoramento da Televisão no Brasil. Na seção 6 apresentam-se as características e as necessidades do modelo de Televisão Digital. A seção 7 trata da proposta de adoção de um paradigma qualitativo como metodologia para a produção de conteúdo para a televisão digital e, finalmente, na seção 8 têm-se as conclusões deste trabalho.

## **2. HISTÓRIA DA MÍDIA**

Desde a invenção do telégrafo<sup>6</sup> elétrico, em 1837, e do cabo submarino, em 1866, a história das comunicações vem sendo pautada por capítulos de profundas transformações, resultantes das inovações tecnológicas. Praticamente a cada grande movimento social, surgiu

---

<sup>6</sup> O telégrafo, segundo Briggs e Burke (2004), foi a primeira invenção elétrica do século XIX a transmitir mensagens públicas e privadas.

um invento midiático<sup>7</sup>. Foi assim com o telégrafo, com o cinema, com o rádio e com a televisão.

Depois da invenção do telefone celular, em 1947, pelo Laboratório Bell (FILHO; PINTO, 2004), a autorização da produção do transistor em larga escala, em 1951, (MELLO, 2000) seguida da sua efetiva comercialização, trouxe brilho ao mundo das inovações. Foi o transistor que permitiu que o rádio efetivamente “saísse” da parede, que as válvulas fossem substituídas e que o mundo dos “portáteis” viesse à tona. Em poucos anos, o invento se disseminou por todo o parque industrial e uma avalanche de inovações tecnológicas se instaurou.

Também a partir do transistor, veio o computador, e em consequência da necessidade de aprimoramento do uso deste, criou-se a maior contribuição do século XX para a história da mídia — a internet.

Ao contrário do que muitos pensavam, nenhuma invenção suplantou totalmente a outra. Cada uma delas teve grande impacto na sua época e todas, sem exceção, continuam a existir e a exercer forte papel na vida cotidiana das pessoas. O conceito de rede<sup>8</sup>, de uma sociedade conectada através de uma rede, ganha primazia econômica, política e social através da internet. As mensagens passam a circular mais facilmente e tudo parece estar interconectado.

A aldeia global, preconizada por MacLuhan<sup>9</sup>, parece fazer cada vez mais sentido. Se a palavra escrita mudou a forma de adquirir conhecimento, levando o homem a uma atitude conformista, o surgimento dos meios eletrônicos, de acordo com McLuhan, tornou a comunicação um ato capaz de reproduzir a simultaneidade plural do pensamento, devolvendo o homem a uma relação social anterior à imprensa. O "homem eletrônico" voltou a encontrar-se numa aldeia tribal de escala planetária, a aldeia global. Nela, a mesma experiência comunicativa é compartilhada por diferentes culturas: a linguagem televisiva, por exemplo, é a mesma em qualquer país, independente da língua falada ou dos costumes locais.

### **3. A INTERNET**

---

<sup>7</sup> Segundo o Houaiss (2001), a palavra mídia está relacionada a “todo o suporte de difusão da informação que constitui um meio intermediário de expressão capaz de transmitir mensagens. São meios de comunicação social de massa não diretamente interpessoais (como por exemplo: as conversas, diálogos públicos e privados)”.

<sup>8</sup> A sociedade em rede é um conceito cunhado por Manuel Castells que sintetiza a morfologia dessa nova sociedade, onde tudo é sistêmico, interconectado.

<sup>9</sup> Canadense, Marshal McLuhan, já em 1966, vislumbrava as conformações da nossa realidade: “os meios eletrônicos de comunicação contraem o mundo, reduzindo-o às proporções de uma aldeia ou tribo onde tudo acontece a toda gente ao mesmo tempo: todos estão a par de tudo o que acontece e, portanto, no momento mesmo do acontecimento” (MCLUHAN; CARPENTER, 1966, p.47).

A internet teve origem nos tempos remotos da Guerra Fria, no departamento de defesa norte-americano, em 1969. Inicialmente denominada de Arpanet, esta rede de computadores surgiu com o objetivo manter a comunicação entre as bases militares. Com o fim da Guerra, os militares não viram mais necessidade em manter a rede em funcionamento, permitindo, então, o acesso dos cientistas a esta tecnologia.

No final dos anos 70, a Arpanet havia crescido tanto que o seu protocolo NCP (*Network Control Protocol*) tornou-se obsoleto. Surgiu, então, o TCP/IP (*Transfer Control Protocol/Internet Protocol*), que é a internet conhecida hoje.

No final dos anos 80, Tim Berners-Lee<sup>10</sup> transformou a internet em um meio de comunicação de massa, através da criação do *World Wide Web* (www) ou simplesmente *Web*. Mal sabia ele que a configuração de um novo mundo acabara de se estabelecer: o ciberespaço estava criado.

No Brasil, em 1987, a FAPESP (Fundação de Pesquisa do Estado de SP), foi a primeira instituição a estabelecer contato com a internet. Somente a partir de 1995, surgiu a oportunidade da população em geral utilizar a rede (HISTÓRIA ...2009).

O ciberespaço passa a ser o local das informações em trânsito. Santaella (2003, p.99) diz que o “[...] ciberespaço passou a ser concebido como uma realidade multidimensional artificial ou virtual, globalmente em rede, sustentada e acessada pelo computador”.

No ciberespaço, cada um é potencialmente emissor e receptor. Os pólos se misturam e se desfazem a todo o momento. A figura de um centro emissor ativo e de vários receptores passivos perde o sentido. Moraes (2001, p.70) conclui que “não é por nomes, posições geográficas ou sociais que as pessoas se agregam, mas de acordo com blocos de interesse, numa paisagem comum de sentido e saber”.

Pierre Lévy (1998, p.104-105 apud Santaella 2003, p.102-103) corrobora:

[...] O ciberespaço: nômade urbanístico, ponte e calçadas líquidas do Espaço do saber. Ele traz consigo maneiras de perceber, sentir, lembrar-se, trabalhar, jogar e estar junto. É uma arquitetura do interior, um sistema inacabado de equipamentos coletivos da inteligência, uma estonteante cidade de tetos de signos. A administração do ciberespaço, o meio de comunicação e de pensamento dos grupos humanos, será uma das principais áreas de atuação da estética e política do século XXI. [...] O ciberespaço designa menos os novos suportes de informação do que os modos originais de criação, de navegação no conhecimento e de relação social por eles propiciado. [...] Constitui um campo vasto, aberto, ainda parcialmente indeterminado, que não se deve reduzir a um só de seus componentes. Ele tem vocação para interconectar-se

---

<sup>10</sup> O inglês Berners-Lee foi primeiro ganhador do prêmio *Millennium Technology Prize*, criado para reconhecer inovações tecnológicas em nível mundial que colaborem para a qualidade de vida das pessoas. Atualmente ele trabalha no grupo que normatiza as comunicações na Internet, o World Wide Web Consortium (W3C), em Boston, Estados Unidos (INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 2009).

e combinar-se com todos os dispositivos de criação, gravação, comunicação e simulação.

Fazer parte deste novo “mundo virtual” por onde circulam livremente as informações e opiniões de qualquer pessoa, torna o ambiente ainda mais convidativo. Inúmeras “terras” já foram desbravadas e outras tantas sequer foram descobertas. Aqui, o “mundo” parecer não ter limites, parece não ter fronteiras.

#### **4. COMPORTAMENTO DAS INFORMAÇÕES NAS MÍDIAS**

Com a criação das redes de comunicação postal, na época do Império Romano, as informações começaram a circular entre a população. Com a invenção da imprensa, de Guttemberg no século XIV, as informações passaram a não mais estar restritas aos seus locais de produção. De acordo com Thompson (2001), materiais como livros, panfletos e outros impressos, atravessavam, por muitas vezes, as fronteiras dos estados nacionais emergentes.

Com o desenvolvimento de novas tecnologias, já no século XIX, as redes de comunicação passaram a se organizar sistematicamente, dando maior extensão à “rodovia” onde as mensagens trafegavam. Mais tarde, com a internet, essa estrada passou efetivamente a não ter mais fim.

O desbravamento desse novo caminho fez surgir oportunidades incomensuráveis, tanto do ponto de vista cultural, quanto do ponto de vista social, político, econômico e financeiro.

O próprio segmento jornalístico demarcou seu espaço na rede. Segundo Nicola (2004, p.29), “tudo teve início quando alguns jornais norte-americanos passaram a fornecer resumo de notícias a seus leitores via fax”. Isto fez com que os assinantes tivessem uma forma de notícia mais resumida e com características eletrônicas. Em seguida, o Jornal *The New York Times*, em meados da década de 1970, começou a oferecer os primeiros serviços pela internet.

No meio acadêmico foi onde tomou força o jornalismo *on-line*, pelo fato de existir pessoas qualificadas para trabalhar com os softwares, equipamentos de última geração e, também pelo baixo custo das publicações. Com isso, surgiram jornais de boa qualidade quanto ao conteúdo, mas pobres quanto à produção visual (NICOLA, 2004).

O êxito dos alunos fez com que diminuísse a dependência do jornalismo impresso, passando o digital a ser promissor na internet. Surgiu então, um sistema de rede chamado BBS (*Bulletin Board System*), onde as notícias do mundo acadêmico eram depositadas. Com recursos precários, sem produção gráfica e difícil de usar, essa nova rede mostrava ter uma virtude interessante, de ser um banco de dados.

Graças às pesquisas do Berners-Lee, foi possível a criação de hipertextos na sua versão gráfica. Em 1993, um grupo de estudantes da Universidade de Illinois desenvolveu o primeiro navegador, denominado Mosaic. Um ano depois, o mesmo grupo criou o Netscape (CHAHIN et al, 2004). Com isto, a BBS estava prestes a ser extinta. A navegação pela *Web* ficou muito mais facilitada, em virtude da interface visual do sistema e do conteúdo gráfico que pôde ser inserido.

A partir do *boom* universitário, as publicações *on-line* cresceram de forma surpreendente. Já no final de 1993, vinte jornais estavam *on-line* nos Estados Unidos. Em 2000, aproximadamente 300 milhões de usuários estavam conectados à internet e lendo o conteúdo dos jornais digitais. (NICOLA, 2004). Hoje, segundo informações do *site Net Papers*<sup>11</sup>, existem 2349 jornais online nos EUA, e os usuários destes, sem dúvida, assumem proporções incalculáveis.

Logo depois, os *chats* (salas de bate-papo) tornaram-se uma febre, principalmente entre os jovens. E o que dizer da quantidade de *blogs*, *facebook*s e diários virtuais disponíveis na internet? O que antes era feito no papel, agora é “escrachado” na rede.

Com a popularização da *Web*, a quantidade de informação disponível neste meio fez com que os usuários acabassem perdendo a noção sobre como gerenciar e filtrar os conteúdos que lhes são importantes. Uma imensidão de informações passa a se multiplicar a cada segundo. Para Adghirni (2002, p.2) “o que importa é a ordem cronológica dos acontecimentos e não sua importância social ou política. Aquilo que acabou de acontecer derruba a notícia anterior na hierarquia do tempo real”.

Não é raro, por exemplo, encontrar indivíduos perdidos na tempestade de informações que estão disponíveis na *web*, ficando, como afirma Thompson (2001), estarecidos e incapazes de ver alguma saída, paralisados pela profusão de imagens e opiniões mediadas.

Para Wiener (1962 apud Lojkin 1995, p.18), o valor da informação não está no volume da sua troca e sim na amplitude do seu uso, determinado pela sua originalidade. Para ele, o problema está justamente na enorme falta de substância do conteúdo, em relação à enorme quantidade de informações insignificantes divulgadas.

No fim das contas, a impressão que se tem é que o objetivo final se resume a poupar o leitor do trabalho de pensar e de processar as informações recebidas. “O mundo em *flashes* parece ser mais deglutível, minimizando-se, assim, a possibilidade de apropriação crítica e seletiva do conteúdo veiculado” (VILHENA; MEDEIROS; NOVAES, 2005).

---

<sup>11</sup> Disponível em <http://www.netpapers.com/eua.cfm>

É inquestionável a contribuição da internet para a humanidade. Neste momento, os usuários dessa rede com certeza não conseguem visualizar outro meio, que não este, para solução dos problemas de mobilidade, instantaneidade e liberdade de expressão. Ela tem como princípio justamente de ser um espaço democrático, onde todos podem expor suas idéias, de forma colaborativa.

Trazendo à tona a tecnologia da televisão digital, ainda em desenvolvimento e em implantação no país, tem-se a expectativa de que ela se torne um ambiente colaborativo tal qual a internet é hoje. A internet, apesar de facilitadora da comunicação, é tida como um ambiente sem lei, onde os conteúdos são inseridos sem obedecer a nenhuma regra.

## **5. TELEVISÃO NO BRASIL**

De acordo com Paternostro (1999), em 1950, Assis Chateaubriand inaugurou oficialmente a primeira emissora de televisão no Brasil, chamada de TV Tupi de São Paulo. Naquela época, havia apenas 200 equipamentos televisores no país, trazidos dos Estados Unidos pelo próprio Chateaubriand, e a imagem vista pelos telespectadores era em preto e branco.

Em 1956, apenas seis anos após a estréia da televisão no Brasil, o país já contava com 1,5 milhões de aparelhos televisores (CAMARGO, 2009). Segundo a autora, a invenção do controle remoto, no início dos anos 50, impulsionou à procura pelos televisores no mundo todo e revolucionou a forma com que as pessoas assistiam à televisão. Elas tinham o “poder” nas mãos. Poder este que se resumia, e até hoje se resume, a trocar de canal e escolher a emissora que apresente a programação mais adequada ao gosto do telespectador.

Comercialmente, apenas em 1972, segundo Paternostro (1999), que ocorreu a primeira transmissão da TV colorida no Brasil. Em 1963, conforme Camargo (2009), já havia sido feita uma transmissão experimental em cores.

Depois de ganhar cores, pouco a pouco a televisão passa a contar com mais emissoras (canais). A partir dos anos 80, novos modelos de televisores vão surgindo e as telas, cada vez com melhor resolução, começam a povoar os lares brasileiros.

O modelo de televisão que há, desde o início, está baseado em um sistema econômico, aberto e sem o controle do poder público sobre a programação. São grandes conglomerados de empresas que buscam rentabilidade na convergência das mídias.

Por ser um modelo comercial aberto, a disputa pelo telespectador e pela fatia na publicidade é acirrada entre as emissoras, onde quem manda mesmo é o mercado. Assim, não



existe um cuidado na veracidade das informações que estão sendo exibidas, falta ética jornalística e, até mesmo, um aprofundamento maior para fins educativos. O objetivo é deter a atenção do espectador por mais tempo em frente à televisão.

O modelo de televisão analógica no Brasil, não permite que o telespectador tenha controle sobre o conteúdo que está sendo apresentado e, nem mesmo, possa participar da construção deste. Espera-se que com a chegada da interatividade na televisão digital, essa situação se altere.

## **6. TV DIGITAL NO BRASIL**

Em 26 de novembro de 2003, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva instituiu, pelo decreto no 4.901, o Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD).

Em 2 de dezembro de 2007, na cidade de São Paulo, deu-se o início a transmissão terrestre do sinal de televisão digital no Brasil. De lá para cá, segundo informações do Fórum SBTVD-T (Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre)<sup>12</sup>, 21 cidades já contam com o formato digital, sendo elas: São Paulo, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Goiânia, Curitiba, Porto Alegre, Salvador, Campinas, Cuiabá, Florianópolis, Vitória, Uberlândia, São José do Rio Preto, Teresina, Santos, Aracaju, Brasília, Campo Grande, Fortaleza, Recife e João Pessoa.

Os que já tiveram acesso ao sinal da televisão digital, puderam presenciar uma qualidade de áudio e vídeo nunca vistos antes. É claro que os benefícios desse novo sistema não se resumirão apenas a este quesito. Espera-se muito mais da televisão digital.

A interatividade, que é sem dúvida o grande trunfo da TV digital, ainda não “deu as caras”, e reside apenas na expectativa dos muitos que ansiosamente a aguardam. Ela é a chave para o acesso dos, até então, meros receptores, ao mundo da produção e do compartilhamento de conteúdo através da televisão. Juntamente à evolução tecnológica, espera-se que esse novo sistema venha transformar o papel do telespectador. É a interatividade que vai permitir que este, enfim, façam parte de uma rede colaborativa de construção de conhecimento.

A expectativa é que, além de melhorar significativamente a qualidade de áudio e vídeo, a televisão digital transforme o telespectador em “usuário colaborador”, frente à capacidade de interação proposta pelo sistema.

---

<sup>12</sup> Disponível em <http://www.forumsbtvd.org.br>. Acesso em: 23 jul. 2009.

Becker (2006) diz que, pelo fato de a televisão digital ser uma nova mídia<sup>13</sup>, ela demanda uma nova abordagem do ponto de vista da criação, produção e apresentação do conteúdo.

Como vantagens do sistema de televisão digital, Parente (1993, p.27) cita a maior resolução e compacidade dos circuitos, a unificação dos sistemas de transmissão de cores, a durabilidade e a interação com os sistemas informatizados. Ele diz ainda que “a televisão digital é o objetivo último das mutações tecnológicas projetadas hoje no campo audiovisual”.

Através do recurso da interatividade, serviços nunca disponíveis pela televisão e sequer imaginados pelo telespectador poderão ser utilizados. Mais importante do que ter os recursos disponíveis, é fazer com que as pessoas saibam e queiram usar esses recursos. Este processo passa fundamentalmente pela atratividade dos conteúdos.

## **7. PRIMOR PELA QUALIDADE**

Para que o telespectador se sinta motivado a interagir com as aplicações a serem disponibilizadas na televisão digital, estas precisam ter qualidade, ser eficientes e resolutivas. De nada adianta o telespectador ter a disposição dezenas de aplicações se estas forem superficiais e não o ajudarem a resolver determinado problema. O telespectador precisa ver naquela atividade, naquele conteúdo, algum valor. Ele precisa sentir que vai valer a pena interagir, que ele vai conseguir resolver seu questionamento através do manuseio do conteúdo. Para tanto, o conteúdo precisa atrair a atenção do telespectador, fazendo com que este queira e se sinta a vontade ao manusear e interagir com o mesmo.

A partir do momento em que o telespectador descobre que os recursos disponíveis são atrativos, amigáveis e de qualidade, o processo de utilização se torna tácito. Aquele, então, se sente apto a se incluir na “rede”, a fazer parte e ter uma postura atuante dentro do processo. Para Axelrod e Cohen (2000, p.12),

“na medida em que esta habilitação aumenta, os sujeitos passam a ser mais ativos, deixam de ser apenas consumidores de informação, mas geradores de novo conhecimento, deixam de ser apenas usuários para se tornarem parceiros. Tornam-se importantes dentro da rede”.

Além de entreter e informar, as aplicações interativas deverão despertar curiosidade e cativar o telespectador. Se a experiência for desagradável ou não conclusiva, ele certamente não se interessará em realizar futuras interações.

---

<sup>13</sup> Para Montez e Becker (2005), a televisão digital interativa é considerada uma nova mídia, pois quebra os

## 8. CONCLUSÃO

O objetivo deste artigo foi o de apresentar uma reflexão a respeito de como as informações se comportam na internet e na televisão analógica e, com base nisto, propor a adoção de um paradigma qualitativo para a produção de conteúdo para a televisão digital.

Não vai adiantar nada que o mesmo formato de televisão que se tem hoje se transporte para a televisão digital. Os formatos da programação precisam ser adequados às necessidades do telespectador e, sobretudo, precisam dar suporte à interatividade.

Não é o escopo deste trabalho, avaliar se o telespectador irá efetivamente interagir com os recursos a serem disponibilizados, mas é importante que os que sejam apresentados tenham profundidade e valor percebido pelo mesmo. Se isso não ocorrer, o telespectador talvez nem queira utilizar esses recursos. O diferencial deve estar no valor agregado.

Estando a interatividade da televisão digital em franco desenvolvimento, há que se pensar na adoção de uma metodologia que prime pela qualidade do conteúdo e não na forma. Qualidade ao invés de quantidade.

Portanto, espera-se que a televisão digital seja utilizada em sua plenitude, atingindo todos os objetivos para os quais ela foi planejada. O telespectador, que é o maior interessado neste processo, deve ter papel ativo na construção e utilização dessa nova ferramenta. É pensando nele, que as emissoras devem se preocupar em produzir e disponibilizar conteúdos com maior qualidade e interatividade.

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), por financiar nossas pesquisas. Agradecemos também, à professora da Universidade Federal de Santa Catarina, Maria José Baldessar, pelo empenho e dedicação em guiar os autores na confecção deste trabalho.

## REFERÊNCIAS

ABRIL, Gonzalo. **Teoría General de la Información**. Datos, relatos y ritos. Madrid: Ed. Cátedra, 1997.

ADGHIRNI, Zélia Leal. **JORNALISMO ONLINE**: em busca do tempo real. In: XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação. Salvador/BA, 04 e 05 set. 2002. Disponível em:

<[www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP2ADGHIRNI.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP2ADGHIRNI.pdf)>. Acesso em: 10 abr. 2009.

ATEM, Guilherme Nery. **Semiocapitalismo e mídia na modulação das afecções**: de McLuhan a Todd Gitlin. Revista Rumores, São Paulo, v. 1, n. 2, jan-jul 2008. Disponível em: <<http://www.rumores.usp.br/atem.pdf>>. Acesso em: 3 maio 2009.

AXELROD, Robert and COHEN, Michael D. *Harnessing Complexity: organizational implications of a scientific frontier*. New York: The Free Press, 2000.

BECKER, Valdecir. **Concepção e desenvolvimento de aplicações interativas para televisão digital**. 2006, 100f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. 377p.

CAMARGO, Camila Porto de. **História da Televisão**. Disponível em: <<http://www.baixaki.com.br/info/2397-Historia-da-Televisão.htm#topo>>. Acesso em: 23 jul. 2009.

CHAHIN, Ali et al. **E-gov.br**: a próxima revolução brasileira: eficiência, qualidade e democracia: o governo eletrônico no Brasil e no mundo. São Paulo: Pearson, 2004.

FILHO, André Luiz Cerqueira Pereira; PINTO, Márcio Belmonte Costa. **A telefonia celular**. Disponível em:

<<http://www.frb.br/ciente/Imprensa/Info/I.6.Filho,ALPC.TELEFONIACELULAR.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2009.

HISTÓRIA da Internet Brasil. Disponível em:

<<http://homepages.dcc.ufmg.br/~mlbc/cursos/internet/historia/Brasil.html>>. Acesso em: 25 jun. 2009.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Eletrônico Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

INFOPÉDIA. **Daniel Bell**. Porto: Porto Editora, 2003-2009.

Disponível em <[http://www.infopedia.pt/\\$daniel-bell](http://www.infopedia.pt/$daniel-bell)>. Acesso em: 23 jul.2009.

INFORMATION SOCIETY COMMISSION. **Building the Knowledge Society**. 2002, 72p.

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA. **Tim Berners-Lee, criador da Word Wide Web, ganha o Millennium Technology Prize**. Disponível em:

<<http://www.inovacaotecnologica.com.br/noticias/noticia.php?artigo=010150040419>>. Acesso em: 23 jul. 2009.

LOJKINE, Jean. **A revolução informacional**. São Paulo: Cortez, 1995. 316p.

MACLUHAN, Marshal; CARPENTER, Edmund. **Revolução na comunicação**. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

MELLO, João A. B. **A história do primeiro rádio transistorizado do mundo**. Disponível em: <<http://manoel.pesqueira.ifpe.edu.br/cefet/anterior/2008.1/eleana/transistores.pdf>>. Acesso em: 24 jun. 2009.

MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir (2005). **TV Digital Interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil**. Florianópolis: Editora da UFSC.

MORAES, Denis de. **O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. 287p

NICOLA, Ricardo. **Cibersociedade**. São Paulo: Senac, 2004.

PARENTE, André. **Os paradoxos da Imagem-Máquina**. In: Imagem-Máquina: A era das tecnologias do virtual. André Parente (org.). Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. p. 7-33.

PATERNOSTRO, Vera Iris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 1999. 158 p.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias a cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003. 357 p.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 3. ed Petropolis: Vozes, 2001.

VILHENA, Junia de; MEDEIROS, Sérgio; NOVAES, Joana de Vilhena. A violência da imagem: Estética, feminino e contemporaneidade. **Revista Mal-estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. 5, n. 1, p.109-144, 01 mar. 2005. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/271/27150106.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2009.