

Televisão Interativa: a TV do Futuro

Léo Flores Vieira Nuñez

Resumo

O texto "Televisão Interativa: a TV do Futuro" apresenta um estudo sobre o conceito de interatividade a partir de programas veiculados em emissoras de sinal aberto VHF. Programas que se autodenominam interativos por chamarem o telespectador a intervir fazendo perguntas, votar em pesquisas, comentar reportagens ou decidir o seu final. No início, o trabalho faz uma breve revisão bibliográfica sobre as possibilidades de interação no modelo de TV atual. A partir desse material, confrontando teoria e prática, constatamos dentro de quais limites esses programas podem ser considerados interativos. No final, o texto comenta as pesquisas hoje realizadas no desenvolvimento da televisão digital, a fusão da TV com a Internet e os principais recursos interativos que serão oferecidos aos usuários e internautas.

Palavras-chave: interatividade, televisão interativa, televisão digital

Abstract

The text "Interactive Television: The Television of the Future" presents a study about the concept of interactivity from programs transmitted in VHF channels. These programs label themselves interactive for calling the spectator to interact, by asking questions, casting in polls, commenting coverage of events or deciding about the end. First the paper makes a bibliographical review about the possibilities of interaction under the current TV pattern. Based on this material, confronting theory and praxis, we can observe up to which limits these programs can be considered interactive. At the end, the text makes commentaries about the research accomplished in the development of the digital television, the merge of television with Internet and the main interactive resources which will be offered to users and cybernauts.

Key Words: interactivity, interactive television, digital television.

INTRODUÇÃO

A utilização do termo interatividade teve origem nos programas de rádio e televisão transmitidos ao vivo que abriram os telefones das emissoras à participação dos ouvintes e telespectadores. Pessoas que, estimuladas pelos apresentadores, passaram a fazer perguntas aos entrevistados e a influenciar na realização das entrevistas e no conteúdo dos programas. Ao longo do tempo cresceu de forma significativa o número de programas que se utilizam deste recurso chamado pelas emissoras de "interativo". Essa seria uma forma "democrática" e "politicamente correta" de rom-

per com a quase inexorável relação emissor-receptor. A expansão do telefone e o desenvolvimento de outras tecnologias como fax e Internet facilitaram a comunicação da audiência com as emissoras, e o fenômeno se consolidou. Hoje, a TV brasileira está recheada de programas que se dizem interativos. Além de perguntas, os telespectadores votam em pesquisas, determinam tendências de opinião e decidem o final de programas. Reconhecendo nesse movimento uma forma importante de comunicação, resolvemos aprofundar o tema e analisar como a interatividade se realiza em meios de comunicação caracterizadamente marcados como vias de mão única. Assim,

Léo Flores Vieira Nuñez é Mestre em Sociologia da Sociedade Industrial pela PUC/RS e Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA Canoas/RS)

Textura	Canoas	n. 2	1º semestre de 2000	p. 49-54
---------	--------	------	---------------------	----------

vamos analisar como se dá a interação e a participação dos telespectadores, os seus limites, características e possibilidades. Vamos procurar constatar se o conceito de “interatividade” das emisoras é de fato um avanço democrático ou não passa de uma forma de prender a audiência. Este é o tema que passaremos a debater neste trabalho, cujos conceitos são resultado de pesquisa que realizamos na ULBRA. O primeiro passo será delimitar o tipo de relação que se estabelece entre público e veículo e o segundo esclarecer o que significa o conceito de interatividade.

A FORÇA MEDIADORA DA TV

A televisão é o veículo que provoca com mais eficiência o telespectador a uma relação interativa. Essa condição é quase uma consequência natural da linguagem do veículo ancorada na relação do texto com a imagem. Ao ver o que se passa, o telespectador sente-se mais integrado ao tema mostrado. De outro lado, a capacidade de penetração de uma mensagem está ligada a uma espécie de relação de força que o veículo trava com os seus receptores, relação esta que determina a maior ou menor adesão às mensagens. É o que Debray denomina de “corpo condutor”. Para o autor, a eficácia e o sucesso de uma mensagem não dependem tanto de seu conteúdo, mas da força de transmissão do veículo que a conduz. O meio de comunicação de massa dominante é aquele que realiza a mediação mais eficiente, isto é, aquele cuja eficácia é maior, que difunde a mensagem de maneira mais ampla, mais rápida e com menor esforço para o receptor. Estamos nos referindo à televisão. (Debray, 1993, p.206)

INTERATIVIDADE: LIMITES E POSSIBILIDADES

A busca da interatividade, o estabelecimento de uma via de duas mãos entre emissor e receptor passa por dois desafios imediatos: superar as barreiras técnicas intrínsecas às mídias eletrônicas, canais de sentido único na transmissão de mensagens, e modificar a estrutura atual de produção dos programas, baseadas em

critérios que definem o conceito de qualidade como resultado dos índices de audiência que o programa pode atingir e com pouca ou nenhuma preocupação em dialogar com a recepção.

O isolamento da recepção é um dos aspectos mais criticados pelo professor Pierre Bourdieu nas críticas que faz à televisão. Para Bourdieu (1997, p.20-22), a TV poderia ter-se tornado um extraordinário canal de democracia direta e hoje corre o risco de converter-se em um instrumento de opressão simbólica. No dia a dia, nem os participantes dos programas nem os telespectadores têm acesso aos instrumentos de produção. Esta perda intrínseca da autonomia impõe uma verdadeira censura que impede que alguma coisa seja dita de forma clara e direta na televisão. Para o autor, a mediação realizada pela TV com essas características busca a manutenção da ordem simbólica.

Ao falar sobre televisão Muniz Sodré é tão crítico quanto Bourdieu. Para Sodré (1989, p.24), a Televisão anula a possibilidade de resposta por parte do público. A relação instaurada pela TV censura a troca dialética entre falante e ouvinte, negando a este último a possibilidade de resposta. A natureza da TV requer o silêncio do telespectador. Diante da tela da televisão o indivíduo está só, isolado e passivo.

Como vemos, os autores são muito resistentes a qualquer possibilidade real da televisão tornar-se de fato um veículo interativo.

A televisão, por sua linguagem, estrutura narrativa, informativa e técnica, elimina o telespectador do processo de comunicação, tornando-o apenas um objeto de consumo.

Algumas brechas, no entanto, podem ser detectadas. A primeira delas é a que Marcondes Filho chama de “reação silenciosa do telespectador”, que se manifesta quando os receptores reagem e respondem às mensagens. As pessoas assistem aos programas, vão ao encontro dos conteúdos e, quando a qualidade não as satisfaz, trocam de canal. Para Marcondes Filho, essa atitude representa um comportamento real de participação em que não cabe mais situar os telespectadores como apáticos, passivos e indiferentes. Ele lembra, no entanto, que essa forma de reação é muito desigual, porque ao receptor só é possível a troca de canal, um protesto sem barulho e pouco eficaz contra as mensagens da televisão. (1986, p.27-28)

Avançando na análise, chegamos ao con-



ceito de interação em John B. Thompson (1998, p.89-90). Em sua obra, o autor classifica a interação dos meios de comunicação de massa com os receptores como uma “relação quase mediada”. Esse tipo de interação tem como característica a produção de mensagens para um número indefinido de receptores potenciais onde a comunicação é predominantemente de sentido único: dos produtores para os receptores. Na interação quase mediada a estrutura interativa é fragmentada e a recepção não interfere diretamente na estrutura de produção. Os participantes da quase interação criada pela TV são privados de *feedback* contínuo e imediato. Nesse modelo, as possibilidades de intervenção ficam restritas a recursos como o telefone, cartas às redações e correio eletrônico através de *e-mails*. Para a grande maioria o que resta mesmo é a possibilidade de trocar de canal ou desligar o aparelho.

A INTERATIVIDADE NA TV BRASILEIRA

Com base nos conceitos apresentados, os limites da interatividade parecem bastante estreitos na estrutura atual da televisão. Vejamos se essa realidade se aplica à situação brasileira. Os dados aqui sistematizados compõem um resumo da pesquisa de campo realizada entre os meses de outubro de mil novecentos e noventa e oito e abril de mil novecentos e noventa e nove. Apresentaremos o resultado da análise realizada em cinco edições de seis programas que se autodenominam interativos por abrirem alguma forma de espaço à participação da audiência. Utilizando-se como critério a formatação e a linha editorial, selecionamos os seguintes programas: *Teledomingo*, programa semanal da RBS TV veiculado aos domingos a partir das 23h45min; *Opinião Nacional*, programa diário da TV Cultura de São Paulo veiculado a partir das 20h30 minutos; *Fantástico*, programa semanal da Rede Globo veiculado aos domingos a partir das 20h30min; *A Turma da Cultura*, programa diário da TV Cultura de São Paulo que vai ao ar a partir das 19h00; *Sem Censura*, programa diário da Rede Brasil transmitido a partir das 15h30min; *Você Decide*, programa semanal da Rede Globo transmitido na época às quintas-feiras a partir das 21h30min. Estes programas

são veiculados em redes que transmitem em sinal VHF, sistema em que a grande maioria da população brasileira assiste televisão. Faremos aqui uma síntese da nossa pesquisa buscando apenas os aspectos mais relevantes.

Os programas *Opinião Nacional*, *Teledomingo* e *Fantástico* – pela sua forma e conteúdo – são os menos interativos. O *Opinião Nacional* é um programa de entrevistas e reportagens sobre assuntos de política e economia. A média de participação dos telespectadores gira em torno 8% do tempo total. O *Teledomingo* e o *Fantástico* possuem características muito semelhantes: são revistas semanais eletrônicas que abordam assuntos de jornalismo e variedades e destinam um espaço muito pequeno à participação dos telespectadores. O *Teledomingo* atinge 6,5% e o *Fantástico* apenas 2%. A participação dos telespectadores no *Teledomingo* é mais consistente e abrangente. Eles sugerem pautas, prestam depoimentos sobre reportagens, levantam dúvidas, comentam políticas de Estado e respondem perguntas ou pesquisas motivadas pela produção, como nos exemplos que selecionamos: “se possível, mostrem reportagens em situações que cidadãos comuns não podem acompanhar mas os repórteres podem”; “me chamo Gabriela (...) e essa história abalou a mim e a minha família. (...) A primeira coisa que me vem a cabeça é que estou sujeita aos mesmos perigos”; “gostaria de saber se após o Estatuto do Menor a violência aumentou proporcionalmente”; “o poder público precisa fazer a sua parte com campanhas de prevenção e coibir o tráfico”; “eu acho que os policiais deveriam agir mais rigorosamente”; “está faltando policiamento efetivo nas ruas das nossas praias”.

Em cinco programas o *Teledomingo* realizou uma única pesquisa de opinião. Uma reportagem mostrou uma casa noturna onde se realizam fantasias sexuais. Depois, a produção lançou a seguinte pergunta: “Você freqüentaria a casa noturna?” 43% disseram que não, 32% que sim por prazer, 20% por curiosidade e 5% para fugir da rotina. O número de ligações não foi revelado.

No *Fantástico* o telefone é o principal canal de participação. A opinião dos telespectadores fica restrita à votação em pesquisas e sugestão de reportagens para os programas seguintes. Pelo baixo índice, o *Fantástico* não pode ser considerado um programa que busca a interação com os telespectadores. Ele é produzido para que as pessoas sentem-se diante da TV e



assistam a um programa de final de domingo.

O *Opinião Nacional* realiza entrevistas em estúdio onde aborda temas de economia e política e apresenta reportagens sobre os principais fatos do dia. A participação dos telespectadores limita-se à realização de perguntas aos entrevistados. A produção recebe as questões enviadas por telefone, fax e correio eletrônico e as repassa aos apresentadores. Há, portanto, mediação. Os telespectadores não possuem qualquer ingerência sobre os temas a serem abordados nos programas. As pautas são decididas única e exclusivamente pela equipe de produção.

Na área de produção e entretenimento a interação com o telespectador é bem mais significativa. No programa *Sem Censura* ela atinge 22,67% do tempo total e no *A Turma da Cultura*, 23,71%. O *Sem Censura* é um programa de variedades, comportamento e cultura que abrange assuntos do dia a dia. A produção convida artistas, pessoas polêmicas, profissionais especializados para serem entrevistados e responderem perguntas feitas pelo público através do telefone, fax e *e-mail*. O programa pode ser considerado um dos mais interativos da televisão brasileira. É o único cujos espaços destinados ao público são fixos, o que lhe garante um considerável diferencial em relação aos demais. No início e no final de cada bloco a apresentadora lê as mensagens dos telespectadores e interage com os entrevistados na hora, ao vivo. Em todas as suas edições o programa realiza uma pesquisa em que questiona os telespectadores sobre algum assunto do momento: “você apoia a proibição da venda de armas no Brasil?”, por exemplo; 89% respondeu que sim e 11% que não, sem revelar o número de ligações. O tempo médio de interação com o telespectador é muito acima dos telejornais.

O programa *A Turma da Cultura* é destinado ao público jovem. Os apresentadores chamam clipes musicais, lêem cartas e conversam com convidados. Como nos demais casos anteriores, a participação se realiza através do telefone, fax e *e-mail*. Os telespectadores sugerem pautas, clipes musicais e fazem perguntas sobre os assuntos em debate no programa e a interação se mostra bem mais consistente.

O *Você Decide* é um programa de ficção voltado aos problemas econômicos e afetivos que envolvem as pessoas no dia-a-dia. Os temas se desenvolvem em capítulos com início,

meio e fim. Cada programa apresenta um argumento específico com personagens bem caracterizados. A interação realiza-se quando os telespectadores votam em uma das duas opções pré-gravadas para o final do programa. O *Você Decide* é um dos poucos programas da TV Globo que busca de fato a interação com os telespectadores. Sem dúvida, é o mais diferenciado de todos os programas pesquisados, porque é o único que mostra o número de telefonemas recebidos em dois painéis que vão registrando, ao vivo, o número de ligações. No entanto, os telespectadores não possuem nenhuma influência sobre os assuntos escolhidos para os programas e tampouco sobre os finais pré-gravados. O seu poder de escolha limita-se a decidir quais dos dois finais vencem, a partir do maior número de ligações dos telespectadores. O tempo médio de interação atinge 60% do total, o maior entre todos os programas pesquisados.

Como podemos observar, os recursos de participação, embora bastante avançados em relação ao passado, são comuns a todos os programas. O fax, o telefone, o *e-mail* e mesmo a Internet não permitem uma intervenção mais eficaz dos telespectadores. Esse fato ainda é agravado pelas estruturas de produção dos programas que na prática colocam a interação com o telespectador como algo secundário, um ponto de apoio para a realização dos programas. Dos seis programas relatados, dois – a *Turma da Cultura* e *Você Decide* – trabalham com intervenção direta dos telespectadores. Todos os demais operam com participação mediada pela produção para a apresentação das mensagens enviadas. Os programas que na média concedem maior espaço aos telespectadores são os dedicados a assuntos de variedades, cuja formatação utiliza o modelo: apresentador e convidados no estúdio. Esse é o caso dos programas *Sem Censura*, da Rede Brasil e *A Turma da Cultura*, da TV Cultura de São Paulo. Enquanto a média de participação nos programas *Teledomingo* e *Opinião Nacional* varia entre 3% e 8%, nos programas *A Turma da Cultura* e *Sem Censura* o índice atinge percentuais entre 26% a 30% do espaço do programa, e 60% no *Você Decide*, único com formato diferenciado.

Do ponto de vista teórico os autores estudados consideram a comunicação realizada pelos meios de comunicação de massa se dá em sentido único e os telespectadores têm poucos



instrumentos para interferir diretamente na estrutura de produção. Os participantes da interação criada pela TV não dispõem de *feedback* contínuo e imediato. No dia a dia, os telespectadores têm pouco acesso aos instrumentos de produção. Esta limitação impõe uma verdadeira censura, impedindo que alguma coisa possa ser dita de forma clara e direta na televisão.

Na pesquisa que realizamos essa realidade aplica-se na íntegra. Não podemos negar, contudo, que uma nova relação se esboça entre emissor e receptor, embora os programas avancem de forma tímida neste processo. Em primeiro lugar, é preciso valorizar a tentativa de aproximação com o telespectador. Reconhecemos avanços democráticos consideráveis quando os telespectadores sugerem pautas e definem temas para os programas seguintes. No entanto, esse esforço esbarra na forma, no conteúdo e nas condições técnicas a que estão submetidos. Em nome da “interatividade”, os programas estabelecem uma relação ilusória com os telespectadores, dando-lhes a impressão de que possuem um grande poder de decisão em suas mãos. Mas é um poder aparente. Na prática, a massa de telespectadores permanece sem interferir minimamente na comunicação no que se refere à definição de pautas e conteúdos dos programas. A intervenção direta nos programas também é limitada, porque a TV permanece assumindo o papel de mediadora, de canal de voz do público e este fica restrito a essa condição.

Se por um lado há um impedimento técnico ao *feedback* mais efetivo, por outro os programas não são mais interativos pela própria lógica de construção da produção, uma vez que as mensagens chegam às redações. Podemos afirmar, então, que o conceito de “programa interativo” apresentado pelos programas está carregado de uma construção promocional e vazia, ainda distante do verdadeiro conceito de interatividade. Esse é o limite do modelo atual, um modelo que busca a reação mais do que a participação efetiva do telespectador.

TELEVISÃO DIGITAL: O FUTURO DA TV INTERATIVA NO BRASIL

Desmontado o conceito de interatividade nos modelos atuais, cabe, antes de mais nada, definir um conceito de interatividade. Consi-

deramos interatividade uma atividade mútua e simultânea da parte de dois participantes. A principal característica é a bidirecionalidade. Para tornar-se realidade, a interatividade está amarrada basicamente ao desenvolvimento de canais que permitam à TV tornar-se de fato uma via de duas mãos. A tecnologia é o suporte do processo comunicacional e, sem ela, a interatividade alcançará vôos muito pequenos. A TV interativa é uma revolução que só se realizará com o desenvolvimento de recursos que tenham a capacidade de transmitir uma grande quantidade de dados por segundo. Até o momento houve um grande desenvolvimento das tecnologias que permitem o envio de áudio e vídeo para os receptores. Os sistemas de TV a cabo oferecem o *pay-per-view* (pagar-para-ver), modelo utilizado para a venda de jogos do campeonato brasileiro de futebol e começam a lançar o *near video-on-demand*, o vídeo por demanda. Essas duas opções permitem ao telespectador escolherem os eventos que desejam assistir. O assinante define não só o programa, como o horário mais adequado para acompanhá-lo.

Com o tempo, esse recurso deverá ser ampliado, e o sinal em duas vias permitirá ao telespectador receber não só a programação regular como também sinais interativos que abram a possibilidade de participar de videoconferências, reuniões de negócios, fazer compras de dentro de casa, eleger modelos em pesquisas, desenvolver jogos de vídeo com pessoas localizadas a quilômetros de distância, participar de votações e debates públicos, além de escolher um filme que possa ser controlado, como se estivesse em um videocassete, tudo em tempo real.

Só com um clique no controle remoto se poderá fazer desaparecer qualquer um dos executantes de uma peça sinfônica ou colocar o violinista em primeiro plano. Não tardará o dia em que o telespectador poderá influenciar no programa, participar de alguns ou todos os seus aspectos, como se estivesse dentro do estúdio. Em Orlando, na Flórida, por exemplo, a companhia Time Warner está implantando por cabo um sinal a 4000 receptores e oferecerá a eles filmes, serviços de compra, videogames e outros programas interativos. Junto será disponibilizado uma impressora que terá a capacidade de imprimir cópias coloridas de imagens que apareçam na tela. Estamos a espera dos resultados.

Outro sistema em vias de implantação, in-



clusive no Brasil, é a televisão digital. A TV digital possuirá uma grande quantidade de canais que poderão receber o sinal de resposta dos usuários e permitir que qualquer pessoa possa personalizar a programação que deseja, conseguindo uma televisão quase individual. Do ponto de vista técnico, há muitas opções em estudo: o sistema poderá funcionar mediante a utilização combinada de fibras óticas e cabos coaxiais, satélites e Internet. A possibilidade mais próxima é o desenvolvimento de redes telefônicas baseadas em fibras óticas que permitirão uma grande expansão na quantidade e no tipo de serviços oferecidos através de um mesmo canal de comunicação, integrando sons, imagens e a própria televisão interativa. Esses são algumas das principais possibilidades hoje em desenvolvimento nos Estados Unidos, Canadá, Japão, Holanda e Espanha. Modelos de TV interativa que revolucionarão a forma de ver televisão.

Outro caminho paralelo que está sendo percorrido é a fusão da TV com o computador via Internet. Entre todas as promessas que a Internet já fez ao mundo, a de se tornar uma espécie de televisão misturada com videogame ainda é a mais sedutora. O sonho da difusão de notícias por todo o mundo, do intercâmbio em primeira mão entre as culturas, da comunicação imediata e sem fronteiras, sempre fizeram brilhar os olhos das pessoas. A Internet conseguiu aproximar os povos, transmitindo textos, sons e imagens em tempo real. No entanto, a transmissão de imagens em movimento integradas ao som como na televisão, ainda parece distante. As novas técnicas de compressão da imagem diminuem consideravelmente o tamanho dos arquivos e permitem que eles sejam vistos, enquanto transferidos. As empresas que mais investem na novidade são as grandes gravadoras e as produtoras de cinema. Além dos *trailers* de filmes e videocliques de lançamentos, já se pode encontrar enciclopédias educativas, campanhas de interesse geral, peças teatrais e muita notícia em tempo real. Não deve demorar o dia em que os fabricantes lançarão um computador pessoal com um grande monitor (33 polegadas, por exemplo) de altíssima resolução e alto desempenho com dispositivos de comunicação e interfaces para recebimento de canais de televisão, integrando diversão, educação e cultura em um único equipamento. Com a expansão da Internet teremos uma nova fonte de informações ao nosso dispor para utilizarmos quando e como

quisermos. Tudo isto baseado em um único equipamento: o microcomputador que nós já estamos habituados a ver em nossas mesas de trabalho.

CONCLUSÃO

Nesse artigo procuramos mostrar que o conceito de interatividade na televisão brasileira e também mundial passa por um período de transição. Na primeira parte do trabalho analisamos a interatividade na TV brasileira a partir de programas que buscam a participação dos telespectadores dentro de um modelo quase impositivo de emissão e recepção de mensagens. O resultado é que do ponto de vista técnico, de forma e de conteúdo, a interatividade se realiza de maneira bastante precária, uma vez que possibilita aos telespectadores apenas a condição de reagir diante das mensagens sem poder interferir nelas de forma mais eficaz e consistente. De outro lado, mostramos que a verdadeira televisão interativa está vinculada ao conceito de desenvolvimento tecnológico. Somente a tecnologia poderá fazer superar o modelo atual de relação da mídia com a sociedade e permitir o desenvolvimento de novos canais de comunicação, onde programas e telespectadores possam se relacionar de forma direta e objetiva e assim usufruir de uma verdadeira comunicação interativa capaz de em um futuro breve modificar vários paradigmas da comunicação em vigor nos dias de hoje.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1996
- DEBRAY, Régis. **Midiologia geral**. Petrópolis: Vozes, 1993
- GILDER, George. **A Vida Após a Televisão**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Quem Manipula Quem?** Petrópolis: Vozes, 1986.
- MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1996.
- SODRÉ, Muniz. **O Monopólio da fala**. Petrópolis: Vozes, 1989.
- THOMPSON John B. **Ideologia e Cultura Moderna**. Petrópolis: Vozes, 1998.

