



A Dependência Tecnológica na TV¹

Cassio Ferreira Albuquerque²
Cláudia Maria Arantes de Assis³
Larissa Cantuária Lucena⁴
Universidade Federal do Amapá

RESUMO

Observa-se que a constante evolução tecnológica reflete diretamente nos meios de comunicação, em especial na TV, e nos seus usuários. Portanto, este artigo pretende avaliar a qualidade e a importância futura da televisão, tendo como base as inovações e o conteúdo oferecido por esta plataforma de mídia. Para a melhor compreensão do leitor, a explanação será feita através de três etapas. Sendo a primeira, uma explicação sobre a passagem da TV Analógica até a TV Digital; logo após, melhores esclarecimentos acerca da Segunda Tela; e para finalizar, será analisado a respeito da WebTV. Objetiva-se que tais reflexões possam fornecer subsídios para o comunicador que pretende estudar sobre a relação entre a TV e a tecnologia. Dessa maneira, a pesquisa bibliográfica se faz presente nesse artigo, no sentido de fundamentar e apontar novos horizontes e perspectivas acerca da temática.

PALAVRAS – CHAVE: Televisão. Tecnologia. Segunda Tela. TV Digital. WebTV.

ABSTRACT

Observe that the constant technological evolution reflects directly in the media, especially on TV, and their users. Therefore, this article aims to assess the quality and future importance of television, based on innovations and content offered by this media platform. For a better understanding of the reader, the explanation will be made through three stages. Being the first, an explanation of the transition from Analog TV to Digital TV; soon after, better clarification of the Second Screen, and finally, will be analyzed regarding the WebTV. Objective that such reflections may provide subsidies for the communicator you want to study on the relationship between TV and technology. Thus, the literature is present in this article, in order to substantiate and point out new horizons and perspectives on the theme.

KEY – WORDS: Television. Technology. Second Screen. Digital TV. WebTV.

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces comunicacionais, do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 1 a 3 de maio de 2013.

² Discente de graduação do 4º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá – UNIFAP. E-mail: cassio.caf3@hotmail.com. Telefone: (96) 9118-6773.

³ Professora orientadora da disciplina Comunicação Comparada. E-mail: clauarantes@hotmail.com. Telefone: (96) 8137-7610.

⁴ Discente de graduação do 4º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá – UNIFAP. E-mail: babi_cantuaria@yahoo.com.br. Telefone: (96) 9164-1732.



Introdução

Desde a sua invenção, o televisor apresenta mudanças bruscas e revolucionárias. Do preto e branco à imagem em cores, este aparelho vem se reinventado, e mantendo seu papel como o meio de comunicação com a maior penetração na sociedade, tendo 97% de usuários entre a população brasileira, segundo análises da Cristina de Luca (2012⁵) sobre a pesquisa IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística).

A partir desta análise, é perceptível que, todas as mudanças na TV são justificadas pelo desenvolvimento tecnológico, através de recursos que permitiram aprimorar essa plataforma – tanto em qualidade de sinal, quanto no aperfeiçoamento da imagem e também no formato de conteúdo. No crescimento contínuo do aparato tecnológico, destaca-se a convergência das mídias e o recurso da Internet, que são os responsáveis em nortear o presente e o futuro da televisão, transformando então, o telespectador como parte integrante dessa tendência.

Dessa maneira, o presente artigo anseia abordar a dependência tecnológica na TV, nas mais diversas perspectivas. Para começar, será explicado acerca da passagem da TV Analógica para a TV Digital, no qual mostrará, de forma comparativa, a mudança desta através dos tempos, desde a melhora na captação de sinal até a resolução da imagem apresentada na tela.

Além do mais, ao tratar de tecnologia televisiva não podemos deixar de tratar também sobre Segunda Tela e as relações existentes entre as múltiplas telas (tela do televisor, smartphones e tablets). Sendo assim, o papel dos aplicativos de sincronização de dispositivos, e a forma de recepção da informação pelo telespectador através desta prática, também serão apontados neste trabalho. Contudo, a WebTV, que é um novo direcionamento da estrutura sistemática da TV diretamente para a Internet, será tratada de maneira para esclarecer a temática e os caminhos percorridos pelos aparatos tecnológicos até o momento, sendo assim, será visto como as inovações permitem um maior dinamismo e interatividade para o usuário/telespectador.

⁵ <http://idgnow.uol.com.br/blog/circuito/2012/09/17/a-cauda-longa-e-a-segunda-tela-tudo-a-ver/>. Acesso em: 18 mar. 2013.



1. Histórico Tecnológico da TV Analógica Até a TV Digital

Desde o século XIX estudiosos começaram a pensar na difusão de imagens, mas o princípio da televisão só ocorreu em 1842, com o invento de Alexander Bain, que conseguiu transferir uma imagem até outro ponto por meio de telégrafo, atualmente conhecido como fax. Segundo Mauricio Valim (1998), em 1873, Willoughby Smith comprovou que o *selênio* (substância química) pode transformar energia luminosa em elétrica; a partir disso, começaram análises a respeito da transmissão de imagens através de corrente elétrica.

Desde então, físicos, químicos e matemáticos se empenharam para a criação da TV. Até que, em março de 1935, foi oficialmente transmitido o primeiro sinal de televisão, na Alemanha; e em novembro do mesmo ano na França, sendo a Torre Eiffel utilizada como o posto transmissor. No ano seguinte, Londres inaugurou a estação regular da BBC (British Broadcasting Corporation), com imagens definidas.

Em 1930, a NBC (National Broadcasting Company), pertencente à indústria fonográfica RCA (Radio Corporation of America), começou suas primeiras transmissões nos Estados Unidos. Nove anos após, esta companhia passou a veicular uma programação mais regular e frequente, dando início a comercialização das televisões analógicas. Nesse período, a imagem gerada era somente em preto e branco. Somente 15 anos depois, ocorreu a mudança para a imagem em cores.

1.1. A Implantação da TV no Brasil

De acordo com George da Silva (2008), em 1950, o grande empresário e ícone da comunicação da época, Assis Chateaubrind, resolveu investir em profissionais para se especializarem nos Estados Unidos a fim de criar a primeira emissora de televisão brasileira, a *TV Tupi*, seguindo os moldes norte-americanos. Esse foi o primeiro passo para a criação e desenvolvimento das primeiras programações televisivas nacionais, como os telejornais, programas infantis, transmissão de jogos de futebol e as novelas. Desse sentido Silva (2008, p. 02) afirma que,

[...] a constante inserção de programas vindos dos Estados Unidos, vai se criando a cara da TV Brasileira. Os anúncios sempre voltados para as donas de casa, principais espectadora das telenovelas, são hoje os



mais fortes patrocinadores da TV aberta. A influência do capitalismo americano começa moldar o modo de vida dos brasileiros que tendem a imitar ou usar tudo o que vem dos EUA. Por outro lado, o Governo Militar, com grandes laços com os norte-americanos, vão abrindo cada vez mais espaço para a inserção desses estilos de vida, uma vez que os programas pareciam ser totalmente alienadores, eram ricos em prender a atenção. Surge a TV Globo no Rio que logo compra a TV Paulista em São Paulo.

Sendo assim, devido à expansão e propagação dos aparelhos de TV, o Governo Federal, do então presidente João Goulart, se viu obrigado a criar o Código Brasileiro de Telecomunicações, e aumentar o período de concessão das emissoras, que passaram de três para 15 anos. Cinco anos depois, foi criado o Ministério das Comunicações. A intenção era formalizar uma televisão de acordo com a cultura brasileira, de modo que todos, ou quase todos, tivessem acesso à ela.

Atualmente, essa finalidade parece estar realizada, pois, conforme Marcelo Zuffo (s/d), a TV Aberta no Brasil representa o elemento que torna o país harmônico, visto que, apesar das diferenças existentes – tais como culturais, sociais e econômicas –, a televisão consegue proporcionar informação e entretenimento para todos. “Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), mais de 90% dos brasileiros da área urbana têm acesso à TV. Serviços, gratuitos para o consumidor final, são prestados com razoável nível de competitividade entre redes nacionais de emissoras” (ZUFFO, s/d, p. 04).

1.2. As Mudanças da TV Analógica Para a TV Digital

No final da década de 80, surgiram as primeiras especulações em relação a TV Digital, e quais mudanças essa nova modalidade de transmissão traria. Em 1995, experiências de transmissões digitais começaram a ser realizadas na Europa e no Japão.

Para George da Silva (2008), com a propagação de estudos tecnológicos, passamos a viver no mundo da era digital. Com isso, a televisão sofreu mudanças na sua forma de reprodução de imagens. Antes as imagens eram captadas por transmissores e receptores analógicos que não obtinham tantos recursos quanto os digitais. Agora, a TV Digital traz consigo o sistema multimídia, melhor qualidade de imagem (com a definição em HDTV – High Definition TeleVision) e som, portabilidade através da sintonia com um aparelho de celular ou portátil, e a interatividade do usuário com o aparelho de TV.



Da pura e simples transmissão de uma imagem sem muita definição, até as suas primeiras experimentações, movimentações, adição de áudios e retransmissões, a discussão que toma conta dos centros de pesquisa, universidades e talvez até de mesas de bar é a grandiosidade da TV, sobretudo da TV moderna, interativa, de alta qualidade de som e imagens, a TV Digital. (SILVA, 2008, p. 01)

Complementando essa informação, Marcelo Zuffo (s/d) esclarece que, no momento, a TV Digital conta com o padrão⁶ japonês (percussor), europeu, americano e chinês. Nesses países, a TV analógica se modificou, e a mesma recebe o sinal digital com a ajuda de conversor de imagens. Enquanto que no Brasil, o processo de digitalização do aparelho televisivo ainda está em andamento, no qual o padrão brasileiro,

Consiste basicamente num único aspecto fundamental: a digitalização de canais de TV atualmente existentes, ou seja, ao invés da transmissão puramente analógica, a produção, transmissão e recepção dos sinais através de bits⁷ de informação, permitindo não só a transmissão de sinais de vídeo, mas também a troca de informações diversas. (ZUFFO, s/d, p. 10)

Portanto, como a TV é o meio de comunicação mais popular no nosso país, o intuito de criar o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) foi de “garantir a inclusão digital através dos novos recursos potenciais de interatividade da TV Digital, inclusive, no futuro, o acesso à Internet” (CROCOMO 2004, p. 56).

2. A Segunda Tela

A Segunda Tela está associada ao consumo simultâneo de conteúdo entre dispositivos como televisores, smartphones e tablets, denominados múltiplas telas. Diferente da TV Digital, ela não é uma plataforma de mídia, e sim, um complemento para que o usuário possa ter acesso ao conteúdo extra de determinado programa ou evento. Muitos especialistas têm discutido as relações entre os dispositivos e as consequências que este uso pode ocasionar.

⁶ “O Padrão de TV Digital é o conjunto de definições e especificações técnicas necessárias para a correta implementação e implantação do Sistema a partir do Modelo definido”, define Marcelo Zuffo (s/d, p. 03).

⁷ Bits é a menor unidade de medida de transmissão de dados usada na computação e informática.



São oportunas as considerações de Tiago Dória (2013⁸), que se refere à Segunda Tela como um termo sem conceito fechado, pois em determinadas circunstâncias, os dispositivos móveis podem ser considerados a Primeira Tela e a TV, a Segunda Tela. Tiago Dória também pressupõe a ideia de onde e quando aplicar o conceito, como por exemplo, os dispositivos móveis se encaixam em Segunda Tela durante a transmissão de eventos esportivos e de entretenimento. Sendo assim, a relação estabelecida entre TV e Internet deve ser de ganho mútuo.

Durante a transmissão de filmes e de outros produtos que necessitam uma imersão maior, os dispositivos móveis mais causam distração do que engajam o usuário. Ou seja, a relação entre TV e internet passa a ser de perde-ganha. Enquanto que o conceito de segunda tela tem o objetivo contrário. A relação TV e internet deve ser sempre de ganha-ganha (DORIA, 2013).

Dessa forma, não fica difícil imaginar que uma nova forma de acesso e uso de aparatos tecnológicos está acontecendo. Segundo os números do IBOPE, constatados por Cristina de Luca (2012), 43% dos brasileiros declaram assistir TV e navegar na Internet ao mesmo tempo. Cristina de Luca (2012) também verificou a pesquisa realizada pela CBS (Columbia Broadcasting System), no qual observou que 45% dos americanos realizam a mesma prática. A diferença é que os dados comprovam que diariamente, 59% dos brasileiros são adeptos da prática, enquanto nos Estados Unidos os números não chegam a 40%. Os índices apontam ainda que no Brasil, 70% da população acessa a Internet baseada na programação das TV's, e 80% assistem a conteúdos nas TV's fundamentados em descobertas ou comentários feitos pela Internet. As informações comprovam, também, que o uso simultâneo da TV e da Internet se intensificou após o surgimento dos dispositivos móveis.

Em outra pesquisa do IBOPE, Cristina de Luca (2012) percebeu que a TV aberta tem 97% de penetração e a internet apenas 53%. Mas, dentro dos segmentos de rede conectados, empresas de internet se interessaram pelo assunto, como por exemplo, o Twitter, que comprou por US\$ 100 milhões a Bluefin Labs, uma plataforma que nasceu no Instituto de Tecnologia de Massachusetts, que mede o nível de repercussão de um programa de TV nas redes sociais.

2.1. O Surgimento dos Aplicativos para TV

⁸ <http://www.tiagodoria.com.br/coluna/tag/segunda-tela/>. Acesso em: 18 mar. 2013.



De acordo com Tom Jones Moreira (2012⁹), – membro do Comitê de Ensino da Sociedade de Engenharia de Televisão (SET) –, a consultoria Nielsen, encomendada pela Cable & Telecommunications Association de Marketing (CTAM), mostra outra questão importante: o número intenso de pessoas que utilizam aplicativos de vídeo, e como as mesmas são influenciadas por esses recursos no modo de assistir televisão. O ponto alto é que os usuários de tablets estão abertos para anúncios em troca de conteúdo grátis.

A pesquisa ainda revela que 85% dos usuários têm acesso a mesma quantidade ou mais da programação da TV desde que começaram a usar os aplicativos de vídeo, 46% se interessam em conteúdo ou redes associadas nos aplicativos de vídeo após o acesso em Primeira Tela (TV). Os 35% dos entrevistados informaram que usam seus dispositivos para visitar o website enquanto navegam em tablets ou dispositivos móveis.

Conforme Tom Jones Moreira (2012), o estudo constatou que estes recursos possibilitam maior interação dos telespectadores com a programação, o que propiciou o surgimento de mais aplicativos dessa natureza, denominados “Sync-to-TV apps”. O processo de sincronização da TV refere-se a um aplicativo voltado para a Segunda Tela (Ipad 2 ou tablete), que oferece um sistema de reconhecimento da programação de uma TV e lança módulos interativos na Segunda Tela, correspondentes com a programação.

O resultado da pesquisa foi considerado satisfatório, pois os consumidores puderam estar mais atentos a programação, aumentando seu envolvimento com o conteúdo e a publicidade, que os manteve sintonizados por mais tempo em um mesmo canal.

Para Tom Jones Moreira (2012), o sincronismo entre a programação e a Segunda Tela faz toda a diferença para o telespectador, pois o mesmo não precisa ir a um determinado site ou buscar por conteúdo extra. “Esse conteúdo praticamente ‘cai no seu colo’, transformando a experiência de ver televisão em uma atividade ainda mais envolvente” (TOM, 2012)

O membro do Comitê explica que não devemos limitar o conceito de Segunda Tela à contradição de conteúdo acessado simultaneamente entre as telas (usar o Facebook ou o Twitter para fins completamente alheios ao programa da TV).

Porém, pensar nesses termos é talvez, limitar a real extensão que o advento da segunda tela pode trazer para o panorama Broadcaster, e

⁹ http://m.set.com.br/revista/ed126_interatividade.html. Acesso em: 18 mar. 2013.

com isso perder o quadro muito mais amplo em torno das oportunidades que se abrem de mídia social (ou da chamada Social TV), criando experiências mais uniformes de mídia conectada, e como estes fluxos podem se expandir para além dos limites do sofá dos telespectadores. (MOREIRA, 2012)

Portanto, pensar em Segunda Tela é imaginar um procedimento capaz de auxiliar e interagir o conteúdo da TV e dos dispositivos. Tom Jones Moreira (2012) cita como exemplo de utilização da Segunda Tela o canal FOX, que lançou um aplicativo que sincroniza TV e tablets, no caso, o Ipad 2. O aplicativo foi desenvolvido para a série *Bones*¹⁰.

O aplicativo propiciou ao usuário informações complementares sobre o seriado, tais como, a biografia dos personagens, pistas para desvendar os casos da série, além de um chat, que possibilitou a interação entre as pessoas que estão assistindo. O surgimento destes aplicativos quebrou o paradigma do telespectador e a relação de não-intervenção do mesmo em relação a TV.

2.2. O Teleparticipante e a Publicidade Interativa

Tom Jones Moreira (2012) diz que o teleparticipante não precisa ser um ‘heavy user em informática, ou coisa do tipo. É o telespectador trazido para dentro da TV Digital, convidado pelas interfaces gráficas e aplicativos autoexplicativos que abrem um leque de facilidades ainda não experimentadas. Este terá o poder de manipular as informações no decorrer do programa, e as opções de interação estarão expostas em seus dispositivos, sem precisar do uso do controle remoto.

Uma das principais características da TV Digital Interativa são as possibilidades de interação com os quais o telespectador se depara, geram uma quebra do fluxo contínuo da programação de TV. Essa quebra de fluxo contínuo está mais próxima da linguagem multimídia do que propriamente da forma de se ver TV, pois ela insere elementos de hipertexto, com links e associações. Isso muda substancialmente a forma como o telespectador está acostumado a se relacionar com a TV, e gera nele a necessidade de "aprender" uma nova forma de assistir TV. Com isso a TV Digital Interativa gera uma mudança cultural que vai muito além da mudança tecnológica. Trazendo a tona, novos modos de pensar, agir e sentir, para dentro da experiência de assistir TV. Neste sentido ao modificarmos a cultura do telespectador (em função também da nova linguagem de produção do conteúdo áudio visual), também estaremos gerando mudanças na maneira de como as pessoas adquirem conhecimento e na forma como entendem o mundo

¹⁰ Site da série: <http://www.fox.com/bones/mobileapps/>



a sua volta. Estaremos por fim, vendo o nascimento de um novo conceito, o conceito de teleparticipante. Até hoje o conceito de telespectador é o de um sujeito passivo diante da programação. Através dos recursos interativos, da segunda tela, da possibilidade de personalização da grade de programação, de gerar conteúdo etc, nasce o Teleparticipante, este é o novo conceito de público que passaremos a lidar. (MOREIRA, 2012)

Logo, o aperfeiçoamento desses aplicativos e mecanismos será preponderante para a consolidação da Segunda Tela. Eles devem ser fáceis e criativos, ficando com as empresas especializadas, o difícil papel de produzir estas estruturas e quebrar o paradigma de que a única forma do telespectador interagir é através dos botões do controle remoto da TV comum, ou do botão power do tablet.

Segundo Tom Moreira (2012), o futuro da publicidade interativa estará possivelmente atrelado aos anúncios que se utilizam os artifícios de sincronização com os dispositivos de Segunda Tela. Segundo Moreira (2012), “a grande sacada aqui é fazer com que o anúncio se conecte com o consumidor através dos dispositivos móveis, enquanto esse está sendo veiculado na primeira tela”.

Tomamos a seguinte situação: um anúncio de uma venda de produtos eletrônico está sendo veiculado em Primeira Tela e, simultaneamente, o usuário tem acesso a um aplicativo em Segunda Tela que ofereça mais detalhes em relação à oferta que está em Primeira Tela. O grande desafio é tornar estes anúncios atraentes, já que muitas pessoas aproveitam este período para tomar água, ir ao banheiro ou conversar com familiares e amigos. Mas com a disseminação dos dispositivos de Segunda Tela, poderá haver um aumento considerável da relação do consumidor alvo com seu produto. Assim, o *teaser*¹¹, por exemplo, será cada vez mais utilizado através da sincronização entre os dispositivos.

Para Tom Jones Moreira (2012), a sincronização entre dispositivos móveis (Segunda Tela) e a TV permitirá a publicidade, uma variedade de novas direções. As direções, por enquanto, são desconhecidas e que os usuários e criadores ainda estão descobrindo as possibilidades.

3. WebTV

¹¹ Técnica usada em marketing para chamar a atenção para uma campanha publicitária, aumentando o interesse de um determinado público alvo a respeito de sua mensagem.



O crescimento do uso tecnológico em função da televisão começa a ser expressivo, conforme ressaltam Jorge Abreu e Vasco Branco (s/d). A exemplo, tem-se o aparecimento de novas mídias, e, dentre as quais se destaca a WebTV, que é a transmissão dos conteúdos televisivos pela Internet.

Por enquanto, o computador ainda não é considerado como concorrente da TV, mas futuramente, estas plataformas serão adversárias, em função do aumento de usuários que preferem acessar a Internet do que assistir televisão. A respeito disso, são válidas as considerações de Daniela Costa Ribeiro (s/d), ao dizer que a vantagem da WebTV está no fato do telespectador/usuário assistir a programas no seu computador, com uma interatividade maior do que televisão atual proporciona.

Hoje, em alguns países como o Japão e a Inglaterra, por exemplo, o sistema de TV Digital já funciona há alguns anos, porém a interatividade do telespectador com o conteúdo transmitido ainda é baixa se comparada a interatividade proporcionada pela WebTV. Nesses países o telespectador pode escolher sua programação, assistir a mais de um canal ao mesmo tempo, consultar seu webmail enquanto assiste à programação de TV, mas não pode, ainda, interferir no conteúdo do programa utilizando, por exemplo, o controle remoto. Já no formato da WebTV isso é possível graças a infraestrutura em que esse tipo de TV está alicerçada, que é a Internet. (RIBEIRO, s/d, p. 07)

O utilizador da WebTV tem maior grau de liberdade no acesso dos conteúdos disponibilizados. Com essa tecnologia, o usuário deixa de ser apenas receptor para se tornar emissor de notícias, assim, ele pode “alterar o contexto e o modo como as informações são emitidas e distribuídas na sociedade” (RIBEIRO, s/d, p. 08).

Além disso, segundo Jorge Abreu e Vasco Branco (s/d, p. 04), outro benefício da WebTV está na “abrangência geográfica da internet (que se perspectiva cada vez mais global) possibilita independência espacial”. Para esclarecer, os autores elucidam que, alguém em algum lugar da China pode ver, a qualquer momento, o canal Globo News da Rede Globo via streaming¹².

A convergência TV-Web resulta no aparecimento de diversos tipos de plataformas, com finalidades que vão desde o entretenimento até à comunicação e informação. Neste contexto, do ponto de vista do utilizador, as vantagens que as plataformas resultantes da

¹² Em português significa fluxo de mídia. Para Ricardo Clemente (2006, p. 08): “É uma técnica que permite a transmissão de informação multimídia através de uma rede de computadores concomitantemente com o consumo desta informação multimídia por parte do usuário. Em outras palavras, enquanto o usuário assiste a um vídeo, as próximas cenas estão sendo transmitidas. Deste modo, o usuário começa a assistir a um vídeo sem antes ter que baixá-lo integralmente”.



convergência TV-Web comportam são diversas: Por um lado, o utilizador pode ter disponível num único sistema capacidades de informação, de comunicação e de entretenimento, melhorando as aptidões que cada um destes media disponibiliza de per si. (ABREU; BRANCO, p. 04)

De acordo com Ana Paula Velho et al (2004, p. 09), “a televisão na Internet tem sido apresentada como alternativa para democratização, não apenas da recepção, mas de produção dos programas televisivos”. Desse modo, espera-se que a WebTV possa descentralizar a imprensa televisiva, que atualmente está concentrada em grandes empresas da mídia.

3. 1. Portais de Informação

É possível visualizar o crescimento da WebTV através do surgimento de espaço destinado pelos grandes portais de informação para o conteúdo de WebTV. Um deles, é o site terra (<http://www.terra.com.br>), que através do seu canal de WebTV, o TerraTV. Esta página conta com uma programação fixa, envolvendo telejornal, programas esportivos, de entretenimento, e transmissão de conteúdos ao vivo. Débora Ribeiro (s/d, p. 08) expõe que, “em muitas entrevistas, que inclusive são transmitidas pelas emissoras tradicionais de TV aberta, já é possível encontrar em meio aos microfones da Rede Globo, BT, Record e Bandeirantes, o microfone do Terra”.

No TerraTV, o telespectador/usuário pode ainda fazer parte da produção das notícias que são postadas no portal. E também, através de um link denominado de “vc repórter”, o usuário consegue disponibilizar, via web, vídeos e informações úteis para os demais usuários.

Hoje muitos portais já trabalham dessa forma. Disponibilizam um espaço onde o usuário, que antes era chamado de receptor, possa dar o seu recado, e informar o que acontece em seu bairro, por exemplo. Dessa forma, o papel de produção das notícias se inverte, e temos compartilhada a responsabilidade de produção como próprio usuário. (RIBEIRO, s/d, p. 08)

Além dos espaços dedicados pelos portais de informações, existem outras iniciativas para a consolidação da WebTV no Brasil. Uma delas é a AllTV (<http://www.alltv.com.br>), a primeira emissora que produz o conteúdo exclusivo para a Internet. O diferencial da AllTV é que sua programação está voltada para um estilo mais arrojado, com programas que não existem na televisão analógica, cujo objetivo é



adquirir maior público. Também há possibilidade do usuário arquivar seus programas preferidos, para assisti-los depois, como aponta Ana Paula Velho et al (2004).

“No mundo, iniciativas para a proliferação as WebTVs também já estão em desenvolvimento. Uma das mais notáveis é o Joost, uma tecnologia criada e desenvolvida por Jánus Friis e Niklas Zennström¹³” (RIBEIRO, s/d, p. 08). O programa está em fase experimental e pretende oferecer, de maneira gratuita, televisão pela internet, e ainda, permitir que as pessoas possam trocar impressões sobre o que estão vendo.

Em entrevista concedida a Revista Veja¹⁴ (2007), Zennström explicou que,

O Joost tem potencial para mudar a maneira como assistimos televisão. Ele une o melhor da televisão com o melhor da internet. Em outras palavras, a televisão sabe como produzir conteúdo, e a internet é a melhor maneira de distribuí-lo. A televisão continua produzindo novos e sensacionais programas, mas não renova em nada sua forma de distribuição. O Joost permite aos telespectadores assistir a seus programas prediletos na hora em que desejarem. O fato de estarem conectados com outras pessoas que assistem aos mesmos programas também tem seu potencial de atração. A proposta é diferente da do YouTube, com seus clipes profissionais e amadores. O Joost oferece programas completos, de longa duração, produzidos pelas emissoras de televisão com as quais temos acordos.

Desta maneira, conforme destacou Daniela Ribeiro (s/d, p. 07): “Esse sistema deve ganhar força nos próximos anos, impulsionado pelo crescimento da Internet, sobretudo no Brasil, e conseqüentemente, pela ampliação do número de usuários da rede mundial de computadores”. Portanto, a WebTV tende a crescer no Brasil, e então, adquirir uma linguagem própria, seu próprio espaço, e maior atuação na sociedade.

Considerações finais

¹³ Jánus Friis (dinamarquês) e Niklas Zennström (sueco) lançaram, em 2011, o Kazaa, programa de computador que permite compartilhar arquivos – como músicas, imagens e vídeos. Também desenvolveram, em 2003, o Skype, software de mensagens instantâneas que permite transmissão de voz e vídeo, via internet, de forma gratuita.

¹⁴ Edição 1998



Em suma, a dependência tecnológica na TV tende a se estender até o momento que esta plataforma deixar de existir, ou quando outro meio de comunicação possa substituí-la no papel preponderante de transmitir todo e qualquer segmento informativo, e de entretenimento para seu usuário.

A Internet será a base para os televisores do futuro, visto que, é uma peça tão importante quanto os componentes periféricos que constituem a estrutura física da mesma. Ela dará um novo formato para o modelo convencional de programação, a medida que os dispositivos de Segunda Tela ganham seu espaço, pois estes serão elementos essenciais para interação do telespectador para com o seu programa assistido. Esta mudança será em um futuro não muito distante, em razão da popularização dos aparelhos de TV com formato digital e do sinal da internet estar mais acessível para as classes de menor poder aquisitivo.

Portanto, os usuários devem se preparar para esta nova realidade, já que eles serão inclusos neste universo dinâmico, interativo, instantâneo, e diferente da tecnologia analógica, que provocava uma barreira que não permitia uma relação imediata entre quem está produzindo conteúdo para este formato e quem está assistindo. Nesta nova relação, o usuário é parte integrante de uma convergência híbrida destas mídias.



Referências

ABREU, Jorge Trinidad Ferraz de; BRANCO, VASCO. **A convergência TV-Web: motivações e modelos.** Disponível em: <<http://www.lasics.uminho.pt>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

CLEMENTE, Ricardo Gomes. **Uma Solução de Streaming de Vídeo Para Celulares: Conceitos, protocolos e aplicativo,** 64f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.

CROCOMO, Fernando Antonio. **TV Digital e Produção Interativa: A Comunidade Recebe e Manda Notícias,** 189f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

DÓRIA, Tiago. **Na Segunda Tela, a Relação Deve Ser de Ganha-ganha.** Disponível em: <<http://www.tiagodoria.com.br>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

LUCA, Cristina de. **A Cauda Longa e a Segunda Tela, Tudo a Ver.** Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

MENAI, Tania. **O chefão do mais bem-sucedido serviço de telefonia pela internet diz que o novo alvo do tsunami digital é a televisão.** Revista VEJA, ed. 1998, 2007.

MOREIRA, Tom Jones. **Com O Advento Segunda Tela Nasce o Conceito Teleparticipante.** REVISTA DA SET, São Paulo, ed. 126, 2012. Disponível em <<http://m.set.com.br>>. Acesso em: 18 mar. 2013.

RIBEIRO, Daniela Costa. **WebTV: Perspectivas para Construções Sociais Coletivas.** <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em: 18 mar. 2013

SILVA, George Martins da. **TV Analógica X TV Digital,** 2008. Disponível em: <<http://meuartigo.brasilecola.com>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

WRITER, Contributing. **Quem Inventou o Skype?** Traduzido por João Marcos Pádua Filho. Disponível em: <<http://www.ehow.com.br>>. Acesso em: 30 mar. 2013.

VALIM, Mauricio. **A História da Televisão: Da Sua Invenção ao Início das Transmissões em Cores.** Disponível em: <<http://www.tudosobretv.com.br>>. Acesso em: 04 abr. 2013.



VELHO, Ana Paula et al. À Procura de uma Linguagem Para o Jornalismo na Webtv: Uma Análise Introdutória. In: CONGRESO IBEROAMERICANO DE PERIODISMO EN INTERNET, 05, 2004, Salvador – BH. **Anais eletrônicos**, UFBA. Disponível em: <<http://s3.amazonaws.com>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

ZUFFO, Marcelo Knörich. **TV Digital Aberta no Brasil** – Política Estruturais Para um Modelo Nacional. Disponível em: < <http://www.lsi.usp.br> >. Acesso em: 17 mar. 2013.