



Interação e/ou Interatividade: o desafio de compreender as tecnologias comunicativas¹

Maria Cristina GOBBI²
Juliano Ferreira de SOUSA³
Gleice BERNARDINI⁴

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Campus Bauru, SP

Resumo

O desafio de entender os conceitos de interatividade, bem como ele vem sendo tratado por diversos autores foi o que motivou o desenvolvimento do texto. Mais do que simples formas de troca de informações, a interatividade possibilita aos atores do processo comunicativo, especialmente os receptores, saírem do papel passivo na produção e no consumo de informações, criando possibilidade de integração em maior ou menor grau, dependendo do tipo de ação e dos processos interativos definidos. Há diversos graus de interatividade, então é necessário que a análise recaia sobre a área ou contexto de aplicação do conceito, para que seja possível definir os múltiplos tipos de interatividade existentes. Realizando pesquisa bibliográfica, buscamos evidenciar as diversas possibilidades, especialmente aquelas que se relacionam com os processos comunicativos desenvolvidos para a Televisão e no cenário das tecnologias digitais.

Palavras Chave: Interatividade, Interação, Tecnologias, Comunicação.

Introdução

O conceito de interatividade é muitas vezes trabalhado como recente, com origem após a chegada dos meios digitais e, necessariamente ligada ao conceito de convergência. Sabe-se, porém, que o termo é trabalhado em pesquisas acadêmicas há

¹ Trabalho apresentado no DT05 – Comunicação Multimídia, do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² Pós-Doutora pelo Prolam-USP (Universidade de São Paulo – Brasil), Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (Unesp). Vice-coordenadora e Professora do Programa Pós-Graduação Televisão Digital da Unesp de Bauru. Professora do Programa de Pós-Graduação da mesma instituição. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano do CNPq. Diretora Administrativa da Socicom. Diretora Secretária da Rede Folkcom. Orientadora da Dissertação. E-mail: mcgobbi@terra.com.br; mcgobbi@faac.unesp.br

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação – Mestrado Acadêmico em Comunicação Midiática – Universidade Estadual Paulista (Unesp). Bolsista Capes. E-mail: juliano_de_sousa@hotmail.com

⁴ Mestranda do Programa de Pós-Graduação – Mestrado Acadêmico em Comunicação Midiática – Universidade Estadual Paulista (Unesp). E-mail: gleicebernardini@hotmail.com



décadas, pautando, na verdade, discussões em várias áreas do conhecimento, inclusive com abordagens interdisciplinares. Nesse sentido, percebemos que fazer uma breve retomada histórica, com reflexões acerca do atual modo de se entender tal conceito, é importante para a construção de um panorama sobre as relações entre essa terminologia e a área da Comunicação, interpessoal ou midiática.

Considera-se relevante tal estudo pelo fato de acadêmicos e profissionais de Comunicação, utilizarem-se do termo de forma equivocada, ignorando a existência de reflexões anteriores. Assim, é necessário evidenciar que a existência do termo, na verdade, se inicia ainda na primeira metade do século XX, com a ideia de que o rádio poderia ser um canal aberto para a participação direta do público.

Através de uma revisão bibliográfica, focaremos em como o conceito de interatividade foi e ainda é utilizado na área de Comunicação, aplicado ao Jornalismo, nas novas mídias e nos veículos tradicionais. Partindo do início da participação do público nos meios de comunicação, como o rádio e os jornais, até a inclusão desse cidadão nas novas mídias digitais através dos processos interativos e colaborativos.

O próprio ato de se comunicar é uma interação. Desta forma, interagir é inerente à comunicação interpessoal. Portanto, ao estudarmos a interatividade como ferramenta ou canal de comunicação, devemos ter em mente que nossa análise estará diretamente relacionada aos primórdios da fala, e o surgimento da própria comunicação. Portanto, por ser um corpus extenso de pesquisa, refletiremos aqui sobre a interatividade do público com o meio.

Há grandes divergências quanto à origem oficial do termo. Alguns autores argumentam que a interatividade surgiu nos anos de 1960, sendo derivado do neologismo inglês *interactivity*. Outras abordagens, porém, defendem a ideia de que o conceito nasceu de uma derivação do termo interação. Por fim, existem pesquisas que apontam que o conceito de interatividade, na prática, tem suas origens na informática (simbolizando a troca de experiências entre homem e máquina, e as relações entre ambos).

Assim, a computação interativa era entendida como uma nova qualidade no processamento de dados, “[...] presumindo a incorporação de dispositivos de entrada e saída como o teclado e as teletipos”. O que marcava este significado de forma pontual era a ênfase. “[...] A diferença, e significativa melhora, na qualidade da relação usuário-computador, pela substituição dos anteriores cartões perfurados e controladores elétricos, pelos novos dispositivos disponibilizados” (BARRÉRE, 2013, web).



Revisando bibliograficamente o termo, fica confirmado que há uma relação aberta, de proximidade e direta, dos conceitos e aplicações da interatividade e da interação; surgindo, então, a necessidade de melhor explicitar ambos. A interação seria um comportamento humano que envolve as relações interpessoais, trocas de experiências entre as pessoas. Já a interatividade, pode representar as relações humanas de troca, bidirecional, que tem entre elas e um determinado meio, sendo uma interação mediada. (VITTADINI, 1995 apud MIELNICZUH, 2001).

Porém, extrapolando o surgimento do conceito em si e pensando nas relações midiáticas da interatividade, Machado (1997) afirma que, na década de 1930, Bertold Brecht já entendia o rádio como um caminho de participação ativa dos ouvintes. Ou seja, nota-se que, mesmo no início do século XX, já se debatia a existência de um ouvinte crítico com intenção de participar do processo de criação/formação radiofônico.

Outros autores ampliam a reflexão, evidenciando que a interatividade não se relaciona apenas a discussões sobre informática e computação, sendo também muito estudada na Comunicação e áreas afins:

Nos anos setenta, Enzensberger (1979) apontava a distância existente entre emissor e receptor, dizendo que o *feedback*, do ponto de vista técnico, estava reduzido ao mínimo possível. No mesmo período, em seus estudos sobre televisão, Williams (1992) chamava a atenção para a diferenciação entre reatividade e interatividade. O primeiro conceito estaria ligado à ideia de registrar a reação da audiência através de um menu de opções, já a interatividade implicaria em uma resposta genuína dos membros da audiência. (MIELNICZUK, 2000, web)

Sobre as possibilidades de interatividade, McLuhan (1964) já previu no início dos anos 1960, as formas de interação através dos meios, dividindo-os em meios quentes e meios frios. Os quentes seriam aqueles que não permitiam diálogo ou possibilitavam pouca interação do usuário. Já os meios frios são aqueles em que o usuário busca participar, demonstrando interesse pelo processo.

Assim, o meio frio abre um canal para essa interação, facilitando a participação voluntária. Como exemplo de meio frio, McLuhan cita “[...] o telefone é um meio frio, ou de baixa definição, porque ao ouvido é fornecida uma magra quantidade de informação [...]. Enquanto, os meios quentes não deixam muita coisa a ser preenchida ou completada pela audiência” (MCLUHAN, 1964, p. 38). Ou seja, a pessoa manifesta a vontade de se utilizar do telefone para a transmissão de conteúdo, que pode ser entendido como canal de transmissão de mensagem e informação.



Por ter uma grande variedade de significados, nota-se o desafio de a interatividade ser interdisciplinar. Deste modo, estudiosos das mais diversas áreas, ligados à Informática e à Comunicação, por exemplo, costumam apropriar-se do termo para trabalhar, basicamente, as relações de interação do homem com o meio (analógico ou digital) e do homem com a própria informação.

Eduardo Barrére (2013, web) faz um estudo do conceito e, depois de revisar criticamente diversos autores, apresenta diferentes categorizações para o uso e a significação da interatividade. Para ele, uma das primeiras classificações foi a de ‘Nebraska Scale’, desenvolvida nos anos de 1980 por um grupo chamado ‘Nebraska Videodisc Design Group’. Sua base permeava as configurações derivadas da tecnologia de videodisco e contemplava quatro níveis. “Nível 0: somente playback linear; Nível 1: playback linear com busca e paradas automáticas; Nível 2: Controle do videodisco por um computador; Nível 3: Controle de vários videodiscos por um computador, sendo que o computador pode associar textos e imagens as imagens do videodisco”. (BARRÉRE, 2013, web)

Também, trazendo para o contexto da comunicação e mais especificamente do Jornalismo, Barrére (2013) traz o modelo de interatividade contextual proposto por Jan van Dijk. Neste caso, igualmente, são considerados quatro níveis: comunicação multilateral, sincronismo, controle e o entendimento. O primeiro fala da dimensão espacial, considerando índices importantes do processo comunicativo como número de atores que participam do processo, quantidade de ações desenvolvidas e o número de alternâncias da comunicação, tais como, ação, reação e *feedback*. Também são analisadas a distribuição das ações, o tamanho e a qualidade delas.

No que se refere ao segundo nível, Sincronismo, o autor descreve a dimensão temporal. O terceiro nível, Controle, é determinado a partir da dimensão do comportamento comunicativo. Assim, para que a interatividade possa ocorrer devem ser considerados os números de,

[...] unidades de tempo entre ação e reação; distribuição do tamanho das ações em unidades de tempo; níveis de igualdade na alternância de escolha da comunicação; níveis de igualdade na escolha do tempo, velocidade e continuidade da comunicação; níveis de igualdade na escolha da forma e conteúdo da comunicação e os níveis de igualdade na escolha da mudança da forma e conteúdo da comunicação”. (BARRÉRE, 2013, web)



Finalmente, ainda no modelo proposto por van Dijk e analisado por Barrère (2013, web) a dimensão do ‘Entendimento’ discorre sobre a comunicação e ação mental e vai buscar as amplitudes “[...] do entendimento do significado das ações dos outros atores; [...] do entendimento do contexto das ações dos outros atores” e para completar o sentido do conceito de interatividade ele ainda observa a “[...] velocidade de adaptação do entendimento com mudança no significado e contexto”. (BARRÉRE, 2013, web). É forçoso mencionar que na tese do autor outros cenários são discutidos, bem como diversos referenciais são apresentados. Mas, para efeitos deste texto, trataremos apenas destas dimensões aludidas.

A interatividade como conceito nas diversas mídias

O surgimento dos primeiros jornais, das primeiras rádios, e até mesmo da televisão no Brasil, com concessões por parte do Estado, realizou grandes transformações na comunicação nacional. Cada modelo de comunicação trouxe com ele uma nova forma de interagir com o público. As cartas dos leitores, os telefonemas com pedidos de músicas e denúncias de acontecimentos corriqueiros nos bairros, passando pelas imagens cedidas por amadores de grandes flagrantes, até a suposta abertura da mídia para a atuação do espectador, são ações de interatividade, mesmo que, muitas vezes, não sejam consideradas como tal.

Jenkins em seu livro *Cultura da Convergência* (2008) atribui o fenômeno da interatividade real às mídias atuais, como sendo participativas e interativas, e taxando as mídias convencionais como passivas. O uso dessa nova visão tornou-se popular com o aparecimento da internet e sua popularização através das redes sociais. Este fenômeno pode acontecer, mais recentemente, com a TV Digital. Nesse viés que Ariane Pereira (2010) observa o novo momento:

A interatividade é, sem dúvida, a característica mais propalada/divulgada/festjada da TV digital. Afinal, significa, em tese, o fim da unilateralidade nas transmissões televisivas. Ou seja, o assistir televisão deixa de ser um ato passivo, e o telespectador se torna um agente nesse processo, podendo com apenas um toque no controle remoto interagir com a emissora. As possibilidades com a abertura desse “canal” são inúmeras. O telespectador pode votar em programas (...), responder a testes, participar de debates, acessar mais informações sobre o conteúdo (programa), comprar (...), e, sobretudo, tornar-se produtor de conteúdo, contribuindo para a construção da programação



da emissora ou do fechamento de uma reportagem, por exemplo. (PEREIRA, 2010, p. 166-167)

Em seu artigo, encontrado no livro *Televisão Digital* (2010), a autora discorre sobre uma série de novas formas que todos proclamam como interativas, mas que na verdade continuam como uma comunicação unilateral. Ela salienta toda a falta de resposta por parte da mídia que apenas se utiliza da produção do público para ampliar seu conteúdo, porém sem realmente dar um retorno ao espectador, como formas maquiadas de interatividade, criando no público uma falsa impressão de estar participando.

Outra definição atual do termo é dada no artigo *Conceitos de interatividade e aplicabilidade na TV Digital* (2006), por Deisy Feitosa e Kellyanne Alves, que discorre “Quando se pensa atualmente no termo interatividade, logo se imagina que é uma situação em que as pessoas podem de alguma forma participar ou tenham a sensação de estar participando de algo” (FEITOSA; ALVES, 2006, p. 2). Tal definição mostra-se mais realista, já que a interatividade pressupõe uma troca, conversa, interação, um ato ou movimento de mão dupla. As mesmas autoras citam que interação vem de interagir, que por sua vez possui variadas definições,

[...] no campo da teoria da comunicação investigam o sentido do termo interação a partir do processo comunicacional, onde respostas são dadas aos estímulos, ou seja, a reação do receptor frente ao emissor e a mensagem/contéudo e vice-versa. O significado do termo adquire contornos diferenciados de acordo com o campo de estudo. (FEITOSA; ALVES, 2006, p. 4).

Assim, podemos afirmar que não somente o estudo, mas a implementação da interatividade é um desafio, “[...], pois ela exige a compreensão das amplitudes de níveis e demandas, incluindo: o entendimento do usuário; a importância da produção rigorosa de contextos; e a aplicação de interfaces gráficas adequadas” (BARRÉRE, 2013, web).

Podemos aqui, também, levantar a hipótese de que a interatividade ainda segue ligada à informática. É notável que, na atualidade, tal tema remete automaticamente à internet e aparatos de informática, tecnológicos, conhecidos como *gadgets*, tais como *smartphones*, câmeras digitais, *tablets*, dentre outros dispositivos com acesso a rede mundial de computadores.

Porém, se partirmos do pressuposto de que a interatividade é a relação do usuário com o computador e aqui trocarmos esse aparato pelo meio, como ocorre na



comunicação, teremos o que chamamos hoje como interatividade ou cultura da interatividade. A forma como nos relacionamos, como trocamos informações, como modificamos ou criamos um conteúdo, sugere uma interação, um ato de interagir e produzir, e baseados nisso, vivemos hoje sobre o pretexto de tudo ser interativo. O cinema *6D*, com sensores de movimento nas cadeiras, cápsulas de aromas, água borrifada nos espectadores e outros truques, podem traduzir um modelo de falsa interatividade moderna, onde o espectador se introduz dentro da história contada, mas continua como público, sem interferir no roteiro ou na trama, que corre normalmente com ou sem a presença dele.

Arlindo Machado (p.144-145) também cita Enzensberger, que já em 1970, pensaria a interatividade como uma forma de troca constante de papéis, se referindo aos emissores e receptores. O autor propunha que um dia, esta forma de funcionamento dos meios de comunicação deixaria de ser um processo unidirecional de atuação dos produtores sobre os consumidores, se convertendo em um sistema de trocas, de conversação entre essas duas figuras constantes do processo de comunicação. Ou seja, o autor levanta a hipótese, irrealizável na época, de que em algum tempo futuro, emissores e receptores conversariam entre si e alternariam seus papéis. Esta visão, atualmente pode ser encontrada e conhecida como jornalismo cívico ou público, onde espectadores, cidadãos comuns enviam material noticioso para os meios de comunicação que checam e produzem reportagens sobre esses assuntos.

Ariane Pereira (2010) em seu artigo *A TV Digital chegou! E com ela a interatividade. Será?* explica o jornalismo cívico como uma nova forma de se utilizar o público como personagem atuante e cidadãos preocupados com os problemas vívidos em seu cotidiano. Auxiliam o trabalho dos jornalistas, fiscalizando e agindo de forma a levar pautas e questões a serem discutidas nos meios de comunicação de massa, ampliando o debate público, de forma a ser possível encontrar soluções para questões ligadas à sociedade, cultura, política, economia, segurança, saúde, meio ambiente, esportes, qualidade de vida, entre outros temas. A autora salienta, ainda, que essa ação, na verdade, não é uma interação completa, pois a comunicação continua sendo unilateral:

[...] interatividade significa troca. Quando um telespectador envia imagens para uma emissora de TV e esta as exibe sem nada acrescentar, a última não deu um retorno ao primeiro, apenas utilizou as imagens dele. O telespectador fez o papel dele. Viu a situação, se



indignou, captou as cenas de flagrante e enviou. [...] Nesse momento, interativamente, entraria a equipe de reportagem, que poderia/deveria ir até o local, colher mais imagens flagrantes, tentar ouvir os ciclistas [...]. (PEREIRA, 2010, p. 170-171)

A autora expõe uma situação que acontece diariamente na mídia brasileira, seja televisiva, radiofônica ou na internet. O público envia informações, imagens, fotos e material escrito para o veículo; que apenas recebe e transmite, em muitas vezes, sem nenhuma checagem ou mesmo ampliação da pauta sugerida. Muitos portais informativos como UOL e Terra possuem essa opção, onde o público pode até mesmo produzir uma matéria com uma denúncia ou cobertura de algum evento que tenha acontecido próximo a ele e que deseja divulgar.

O que acontece com esses serviços é que muitas vezes o público envia o material que fica em suspenso até o crivo de um jornalista ou até que a parte editorial responsável pelo site dê o seu aval para que seja publicado. Porém, o que deveria ser feito seria não apenas a checagem para verificação do material, para confirmar se não possui conteúdo propagandístico, ofensivo ou de caráter prejudicial a alguém. Ariane Pereira (2010), afirma que deveria haver um retorno por parte desta mídia, averiguando a notícia, ouvindo os outros lados, indo a fundo, ampliando este material com outros exemplos de ocorrência ou mesmo procurando uma solução, no caso de denúncias, e dando um *feedback* ao cidadão que se propôs a enviar a pauta.

O ato de simplesmente divulgar tal material, nos aproxima mais do chamado jornalismo colaborativo ou participativo, onde mídia e público produzem de forma conjunta a *agenda-setting* vigente. Esta forma de produção pode ser vista em portais como *OhmyNews* na Coreia do Sul, onde o internauta pode divulgar sua notícia e uma equipe de jornalistas as adequam aos padrões conhecidos de noticiabilidade, como escrever o *lead e outras convenções*.

Essas diversas formas de interatividades ligadas à comunicação e ao novo momento vivido pelo jornalismo na internet nos leva a discussão sobre como definir a interatividade exercida na comunicação jornalística, não nos atendo em julgar o que é certo ou errado. Desta forma, considerando que tanto jornalismo público ou cívico é participativo e/ou colaborativo, essas são duas formas de interação dos espectadores com as mídias. Da mesma maneira, ponderamos que a interatividade na era da televisão, especialmente com o advento da TV Digital, aliada a nova forma de produção de conteúdo para esse meio, também é interativa.



Vale ressaltar que a interatividade, como já frisado anteriormente, não se dá somente na internet ou na TV Digital. Os rádios se utilizam da interação com seus ouvintes desde o seu surgimento, com as ligações telefônicas, nos pedidos dos ouvintes, entrevistas, avisos sobre trânsito e campanhas sociais. As cartas dos leitores também são consideradas formas antigas de tratar a interatividade. Enviadas para as rádios, concursos de televisão, jornais de opinião ou mesmo para as seções “Reclame aqui”, são canais de comunicação interativa abertos para o público se manifestar.

Essas são formas de interatividades consagradas, e muitas vezes esquecidas, por pesquisadores e mídias, pois, com o surgimento e popularização da internet, esses canais ficaram mais acessíveis à população, que pode utilizar esses espaços de forma mais ágil e com mais frequência. André Lemos (2009) propõe que a interação atual se dá através dos novos aparatos tecnológicos, ou seja, ela é mediada por uma máquina que nos liga e se transforma em canal de comunicação. Jenkins, em seu livro *Cultura da Convergência* (2008), também associa a ideia do surgimento de novos meios digitais com as mudanças na forma de comunicação.

Da mesma forma é vista a TV Digital. A produção de conteúdo é feita de maneira que incentive a interatividade do público com o meio. Como também a internet que podemos citar como o meio mais interativo de todos. Além de se ler e poder alterar um conteúdo, seja com comentários ou mesmo com a modificação do texto, como a Wikipédia, a internet disponibiliza ferramentas para produzir, divulgar e reproduzir novos produtos midiáticos.

Novas mídias e novas tecnologias: a afirmação da ideia de Interatividade

Voltando-nos à interatividade nas mídias sociais, podemos verificar o amplo canal aberto para a participação do público. Sistemas como o *facebook* e o *twitter* dão ao usuário total liberdade para sua participação. Por meio de postagens escritas, fotos ou vídeos, o público pode interagir com o meio e com outros usuários do sistema. O *facebook* se transformou em um novo meio de comunicação. Dentro de sua rede, o usuário pode trocar enviar e receber informação, dados, produzir e consumir material, realizar compras, especificar suas preferências, manter contato ou realizar novos contatos. Pode ser acessado de qualquer computador, *tablet* e celular, o que dá maior mobilidade e flexibilidade ao usuário. Assim, a interatividade entre usuários é grande, pois possibilita a criação e consumo mútuo de informações. Visto anteriormente apenas



como uma forma de recreação, atualmente essa rede social já desperta novos olhares e estudos relacionados à produção de comunicação, conteúdos e novas formas de interação. Outro exemplo interessante são os blogs, que surgiram como diários de seus donos, hoje são formas de aberturas de manifestações comunicacionais, onde o material noticioso não apresentado na grande mídia pode ser visto, lido, comentado e até ampliado com a participação dos leitores e internautas.

Cada vez mais mídias se abrem para essas novas formas de interação. Portais noticiosos ampliam espaços para que o leitor não apenas comente a notícia, mas também vote em um assunto que deseja ler, que envie uma sugestão de matéria, ajude na produção de notícias, com fotos ou relatos. A interatividade encontrada hoje reflete a grande oferta de apetrechos que possibilitam o “cidadão ficar disponível”, ligado à rede. Assim, através de celulares e *smartphones*, o usuário pode checar seu e-mail, dialogar com conteúdos ou compartilhar músicas com os demais internautas.

Todas essas novas formas de interatividade são fórmulas antigas com maiores flexibilizações e possibilidades de acesso. Com esses novos aparelhos, os cidadãos se sentem mais propensos e dispostos a denunciar fatos e produzir materiais, devido a facilidade de interação propiciada pela interatividade. Já com os métodos convencionais, essa interação tinha que ser mais incentivada, para que ela ocorresse.

Não podemos encerrar esse texto que trata das primeiras reflexões sobre o conceito de Interatividade sem mencionar os desafios dessa tecnologia frente às possibilidades advindas com a implantação da TV digital, que entrou em operação no Brasil em dezembro de 2007.

Inicialmente transmitido para a cidade de São Paulo, hoje em 2013 o percentual de 46,8% da população nacional já recebe o sinal, representando 46,42% dos municípios brasileiros, segundo dados de 2012 da Anatel. Muito mais que a qualidade de áudio e vídeo, a televisão digital no Brasil veio para trazer a interatividade, mas está caminhando a passos muito lentos no país. Um dos principais desafios para a interatividade nas TVs brasileiras é o *middleware*⁵, e neste caso, mais especificamente, o Ginga. Sem Ginga sem Interatividade. Ainda há problemas técnicos, de legislação e comerciais que precisam ser resolvidos (que neste artigo não serão discutidos, por não ser o foco), entre muitos outros, como a inclusão e a banda larga.

⁵ Nota dos autores. *Middleware* é a camada intermediária de software que vem integrado em alguns modelos de equipamentos de recepção de sinal de TV Digital, chamado Ginga.



Se na TV analógica você liga o televisor e já existe uma programação pré-definida, não sendo possível ‘fechar’ aquele programa chato e ‘abrir’ aquele que você gostaria de assistir, com a IDTV (Interactive Digital TV) ou TV Digital Interativa (TVDi) isso se altera substancialmente. Será possível interagir com a programação, saindo do papel de telespectador passivo e passar a ter o poder de interagir com a programação podendo, inclusive, desenvolver seu próprio conteúdo. Assistir e fazer o que quiser, onde, como e na hora que quiser são considerados desafios latentes da interatividade. Mas, também, são as possibilidades reais diante da interatividade na TVDi.

Assim, pensando na interatividade para televisão digital, podemos mencionar três categorias: Interatividade Local, Interatividade Intermitente e Interatividade Permanente (Plena). Na Local, a mais simples, não há uma interação efetiva com o emissor, pelo processo não ter o canal de retorno ou de iteração. Neste tipo de interatividade podemos destacar aplicações como, por exemplo, configuração de legendas disponíveis na tela da televisão e na programação escolhida.

A segunda opção, Interatividade Intermitente, o canal de retorno se faz presente, mas ainda é unidirecional (os dados só trafegam em uma direção) e não-dedicado. Assim, o processo comunicativo ocorre do usuário para o emissor ou do emissor para o usuário, nunca os dois ao mesmo tempo. Mas funcionam aplicações do tipo quiz e pesquisas de opinião, por exemplo.

Finalmente, o terceiro tipo é a Interatividade Permanente ou Plena. Neste caso a comunicação é feita de forma dedicada e bidirecional (nos dois sentidos), sendo muito semelhante aquilo que temos hoje no computador conectado à internet. Com esse tipo de interatividade será possível a navegação, jogos online, educação a distancia (e-learning), comércio (e-commerce), bate-papo etc.

Há diversos aplicativos já desenvolvidos que permitem os três níveis de interatividade não somente aqueles programas ofertados pelas emissoras de TV, também já ocorrem ações que estão sendo implementadas nos governos municipais, estaduais e federal, como por exemplo, marcação de consulta médica, acompanhamento de aposentadoria etc. Ações que demonstram que se pode obter a interatividade completa.

Considerações finais



Muitos pesquisadores tentam definir o termo interatividade. Mas o que observamos é que não podemos fazer isso de forma generalista, para que seja utilizado de forma homogênea em todo e qualquer estudo e área de aplicação. O que pode ser feito, e é o que se tem visto, inclusive neste artigo, é a definição ou conceituação do termo em uma área de aplicação ou de estudo conforme o objeto estudado e os objetivos a serem alcançados.

Buscamos, nestas páginas, criar um panorama da interatividade nos meios de comunicação, abrangendo as principais mídias, radiofônica, televisiva, impressa e a virtual. Obviamente que este estudo transcende a comunicação em si, que toma como base não apenas de transmissão de conteúdo noticioso, mas também se amplia através da fala e da produção de material. Desta forma, exemplificamos algumas formas interativas de contato bidirecional do público na perspectiva de alguns meios comunicacionais existentes, muitas vezes esquecidos e não estudados.

Em um momento em que se discute amplamente a ideia de Convergência (JENKINS, 2008), buscamos mostrar que a palavra interatividade não é recém-nascida e tem seus conceitos delineados em estudos comunicacionais do século passado. Ressaltar McLuhan (1964) antecedendo os aportes tecnológicos como extensões do corpo humano na comunicação foi apenas uma forma de demonstrar que essa troca de informações entre agentes criadores, produtores, receptores e consumidores vem de datas anteriores e não são, como muitos pensam, criação do homem contemporâneo. Sem dúvida, pode-se perceber que a tecnologia auxilia e amplia as oportunidades e as chances de uma mídia ser interativa. Desta forma, por consequência, causa a falsa impressão de que a interação e a interatividade nas mais diversas mídias são conceitos e costumes novos.

Por fim, é perceptível que a interatividade se tornou mais acessível com as novas tecnologias, ampliando a forma de comunicação do público com as mídias. Os potenciais fornecidos pela TV Digital e a Internet são fundamentais para se pensar nesse processo, assim como as redes sociais e suas facilidades de troca de informação. Buscamos apenas levantar algumas questões pontuais por meio dessa investigação, mas não encerrá-las neste artigo. O debate sobre a interatividade não se finda na definição do termo ou no levantamento de sua utilização. Porém, com esse estudo procuramos transparecer alguns pontos e abrir caminhos para novas pesquisas, seja na utilização da interatividade ou nos resultados de sua aplicabilidade.



Referências

BARRÉRE, Eduardo. **Interatividade**. Disponível em: www.lcg.ufrj.br, acesso em maio de 2013.

VAN DIJK, Jan. **Modelo de interatividade contextual**. Disponível em: <http://www.tr.wou.edu/dblink/vandijkFT.htm>, acesso maio de 2013.

FEITOSA, Deisy Fernanda; ALVES, Kellyane Carvalho; FILHO, Pedro Nunes. **Conceitos de interatividade e aplicabilidades na Tv digital**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/feitosa-conceitos-bocc-05-09.pdf>. Acesso em: maio de 2013.

GOBBI, Maria Cristina; KERBAUY, Maria Teresa Miceli (Orgs). **TV Digital: informação e conhecimento**. São Paulo: Ed. Cultura Acadêmica, 2010.

GOBBI, Maria Cristina; MORAIS, Osvando J. de. **Televisão Digital na América Latina: avanços e perspectivas**. São Paulo: Intercom, 2012.

JENKIS, Henry. **Cultura da Convergência**. ALEXANDRIA, Susana (Trad.). 2ª ed. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

MACHADO, Arlindo. **Hipermídia: O labirinto como metáfora**. In: DOMINGUES, Diana (Org). *A Arte no século XXI: a humanização das tecnologias*. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997.

LÉVY, Pierre. **“Que é o virtual?”**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. PIGNATARI, Décio (Trad) 1964. 4ª ed. São Paulo: Editora Cultrix, 1995.

MIELNICZUK, Luciana. **Considerações sobre interatividade no contexto das novas mídias**. In: LEMOS, André; PALACIOS, Marcos (Orgs.). *Janelas do Ciberespaço: Comunicação e Cibercultura*. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2000.

MIELNICZUK, Luciana. **Interatividade como dispositivo do Jornalismo Online**. Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online. UFBA. 2000. Disponível em http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000_mielniczuk_interatividadedispositivo.pdf. Acesso em: abril de 2013.

PEREIRA, Ariane. *A Tv digital chegou! E com ela a interatividade. Será?* In: GOBBI, Maria Cristina; KERBAUY, Maria Teresa Miceli (Orgs). **TV Digital: informação e conhecimento**. São Paulo: Ed. Cultura Acadêmica, 2010.