

Participação Popular: a efetivação de Eventos Interativos na TV Legislativa

Gabrielle Santelli Vitório

Mestre em Comunicação

vtoriogabrielle@gmail.com

Alexandre Schirmer Kieling

Doutor em Comunicação

askieling@gmail.com

Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF

Resumo: Este artigo pretende examinar como a emissora legislativa TV Câmara está utilizando a interatividade para promover o relacionamento com os telespectadores a partir das experiências interativas do programa Participação Popular, no ar desde 2000. Para isso, este trabalho resgata a história da televisão legislativa, conceitos de interatividade, especialmente, aquela mediada por computador e também apresenta os conceitos e níveis de Oferta Interativa, Processos de Interação e de Evento Interativo. Os resultados de tal análise nos apontam que apesar das diversas opções de ofertas interativas, a emissora analisada utiliza apenas as tecnologias mais comuns.

Palavras-chave: Televisão Legislativa; Convergência Digital; Interatividade.

Introdução

A televisão é o meio de comunicação de massa que está mais presente na casa dos brasileiros. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2012, aproximadamente 96,9% dos 67,6 milhões de domicílios pesquisados na amostra possuem televisão. A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), por sua vez afirma que a penetração do aparelho está em 98% do território brasileiro.

A Internet é um meio de comunicação que está em processo de ascensão no Brasil. Conforme os dados PNAD, em 2012, 83 milhões de brasileiros tiveram algum acesso à Internet, sendo que em 2006, o número era de apenas 35,3 milhões. Com o aumento do acesso à Internet, uma nova estratégia foi identificada pelas emissoras para se aproximar e aumentar o contato com o público: os portais interativos. Percebe-se, porém, que os níveis de utilização dessas interações, mesmo multimídia, em alguns casos mostram-se limitados ao uso de hiperlinks, comentários e divulgação em redes sociais. Hoje a instância de recepção, de alguma forma, colabora, sugere, opina e participa do processo de produção do conteúdo. Assim, a problemática do trabalho é identificar como as emissoras legislativas de televisão estão efetivamente se apropriando das tecnologias chamadas interativas tomando como referência aquela que detém a maior estrutura no Brasil que é a TV Câmara da Câmara dos Deputados.

O objetivo geral é descrever e analisar os recursos interativos disponibilizados pela emissora legislativa TV Câmara a partir do advento da digitalização e da convergência da TV com a Web. Ou seja, almeja-se observar como se dá o uso das páginas de Internet pela emissora, como é entendido enquanto meio de conteúdo

televisivo interativo e como se opera a reconfiguração da relação entre a produção e recepção. Para isso, a metodologia utilizada será uma pesquisa exploratória, conceitual e descritiva.

Os objetos de análise deste trabalho são experiências interativas mediadas por computador conectado à Internet disponibilizadas, entre os meses de março e setembro de 2012, por um programa da emissora legislativa TV Câmara. Para a seleção do corpus de pesquisa foi realizada uma verificação em todos os programas da emissora, com o objetivo de identificar qual programa priorizava e possuía maior número de recursos interativos. Assim foi escolhido o programa Participação Popular como o objeto de análise deste artigo.

2. Origens da tv legislativa brasileira

As Televisões Legislativas (TVLs) foram criadas, nos anos 90, com o objetivo de divulgar as atuações dos parlamentares, para que a audiência ficasse a par dos assuntos políticos e que os eleitores ficassem mais próximos aos parlamentares. A primeira etapa da regularização foi juntamente com a criação da Lei nº 8.977, conhecida como Lei do Cabo.

Nessa lei foi determinada à criação e reserva de Canais Básicos de Utilização Gratuita. A divisão seria feita da seguinte forma: um canal para o uso compartilhado das Câmaras de Vereadores Municipais e Assembleia Legislativa do mesmo estado. Dois outros canais seriam reservados para o uso da Câmara dos Deputados e para o Senado Federal, que transmitiriam as sessões parlamentares ao vivo. Três canais seriam reservados para uso de emissoras universitárias, educativo-culturais e comunitária. No ano de 2002, foi incluída à lista a reserva de um espaço para o Supremo Tribunal Federal (STF).

A primeira emissora legislativa criada no

Brasil foi a TV Assembleia de Minas Gerais. A inauguração foi no dia 30 de novembro de 1995 e a programação era transmitida, inicialmente, pelo canal 40 da Net Serviços de Comunicação (NET). A partir de 1998, a emissora começou transmitir pelo satélite BrasilSat-B3 para todo o estado. Inicialmente, por duas horas e depois de um ano começou a transmitir por 12 horas. Atualmente, são 24 horas de transmissão para 200 cidades do estado mineiro.

A TV Senado foi inaugurada no dia 5 de fevereiro de 1996 e, inicialmente, apenas os telespectadores com antenas parabólicas ou de Brasília tinham acesso à programação. Em 20 de janeiro de 1998, houve a inauguração da TV Câmara. Em 2004, “o Brasil atinge um número de 59 TVLs, entre Senado, Câmara e TVs das Assembleias/Câmaras Municipais” (SANTOS, 2006, p.13).

3. Interatividade

Os primeiros conceitos de interatividade começaram a ser discutidos na década de 70, mas o debate só se intensificou devido ao avanço tecnológico da década de 90. Primo (2008, p.33) destaca que os “estudos de interação mediada por computador continuam enfatizando apenas a capacidade da máquina deixando como coadjuvante as relações sociais”, ou seja, o que importa é o desempenho da tecnologia.

Suely Fragoso (2001, p.2), no entanto, considera que o conceito de interatividade foi originado, nos anos 60, a partir do neologismo inglês *interactivity*, empregado para nomear a qualidade da computação interativa (*interactive computing*), que ligava “teleimpressoras e máquinas de escrever como unidades de entrada e saída de dados (input e output) de sistemas computacionais”. Sendo assim, pode-se considerar que a computação é interativa desde então.

O sociólogo John B. Thompson (1998) define três tipos de interação. A primeira é a Interação Face a Face, que é caracterizada pela conversa presencial que acontece no tempo presente, mas também pela forte presença de deixas simbólicas¹. Em segundo lugar, a Interação Mediada que é dialógica, mas tem a participação de algum suporte técnico (telefone, carta ou computador) e é caracterizada pela limitação da presença das deixas simbólicas. Por último é a Interatividade Quase Mediada, que percorre só um sentido e está presente nos meios de comunicação de massa e por isso pode ficar disponível por tempo indeterminado.

O pesquisador Lippman (1998) define que um sistema interativo deve conter cinco características: Interruptibilidade – possibilidade de parar e ativar o processo; Granularidade – intervenção que mostra que o sistema não está travado; Degradação Graciosa – possibilidade de envio de resposta automática do sistema; Previsão Limitada – análise e banco de dados para identificar e conter erros e Não-default – o sistema não pode obrigar executar determinada ação.

Para Vaughan (2010) a interatividade depende da previsão e da programação que foi estabelecida no sistema e por isso deveriam existir três níveis interativos. O primeiro é de Ramificação Simples, ou seja, oportunidade de trocar de página ou seção com um clique. A Ramificação Condicional seria o direcionamento a outra página a partir de uma condição. O terceiro nível é da Linguagem Estruturada, que depende de uma programação mais complexa.

Para Reisman (2002) há três tipos distintos de interatividade. O primeiro é a Interação Reativa, que utiliza o feedback do público na estrutura e realimentação do conteúdo. Em segundo lugar, vem a Interação Coativa, que possibilita ao telespectador a escolha de opções para controlar estruturas do conteúdo por meio do sistema disponibilizado pela emissora. Por último é a Interação Pró-Ativa, permite que a audiência escolha da estrutura e o conteúdo, ou seja, pode “alterar radicalmente a forma como assistir TV durante a próxima década” (REISMAN, 2012).

Para Kieling (2009), a interatividade está presente em dois momentos: ofertas interativas e processos de interação.

“As primeiras promovem a interação homem-máquina e, como meio, permitem a mediação entre produtor e receptor na construção e publicação do conteúdo. E os segundos resultam das trocas simbólicas e produção de sentido das quais resultam os textos

(enunciações, discursos) *construídos pelos sujeitos da comunicação nessa ambiência.* (KIELING, 2009, p.86) ”

Podemos entender Ofertas Interativas como as características dos dispositivos que permitem (pela tecnologia) a interação do homem com a máquina e como o meio pelo qual a audiência pode responder aos estímulos do produtor de conteúdo. Essa relação, porém, está limitada aos potenciais tecnológicos do meio, que são definidos com base na necessidade e interesse da instância produção de conteúdo. Já os Processos de Interação correspondem às dinâmicas de como acontece à troca de informações (mediadas pela mídia) entre a instância de produção e de recepção, e que resultam em produção de sentido. Partindo desses conceitos, Kieling (2012b) aprofunda sua perspectiva e nos apresenta o conceito de Evento Interativo (ver Figura 1).



Figura 1 - Representação da Dinâmica de Eventos Interativos.

Fonte: Vitério (2012, p.84)

Esse corresponde à interseção entre Interatividade (oferta tecnológica) e Interação (processo participativo), em outras palavras, a oferta de uma tecnologia interativa mobilizaria um processo de troca de informações entre os sujeitos da comunicação, provocando consumo e troca de conteúdo que resultam na produção de sentido para ambos. Sendo assim, uma emissora pode divulgar ou transmitir esses conteúdos derivados, reenviando-os de volta para o ambiente midiático. Toda esta relação leitura pelo receptor, resposta, leitura pelo produtor, republicação é considerada como um Evento Interativo. Em resumo, as emissoras oferecem uma tecnologia, que pode ou não ter manifestações do público. Caso haja, a emissora divulga/transmite (com mediação) a participação do público.

O pesquisador também define ambiência midiática ou miosfera, que é formada a partir do Sistema de Produção e de Distribuição de Conteúdo (SPD) e do Sistema de Significação (SSi). De acordo

com Kieling (2009 e 2010), o SPD é caracterizado pela presença de dispositivos tecnológicos – equipamentos, transmissores e outros – e estrutura organizacional de um sistema fechado que permite proteger as emissoras do ambiente externo (sistema político e econômico, por exemplo), possibilitando a interação entre homem e a máquina. O SSi é entendido como um sistema aberto que depende e se adapta aos fatores externos, mas que também recorre ao sistema de criação (roteiros, narrativas e outros elementos dos produtos audiovisuais).

Para que haja a circulação de sentido, é necessário que haja reconhecimento no sentido de Verón (2004). Esse processo implica, no caso da TV, que os telespectadores assistam aos programas e, de alguma forma, reajam aos conteúdos, interpretando, comentando. Com o aumento do número de televisores, dispositivos móveis e do acesso à Internet, a dinâmica de assistir à televisão se modificou e tornou-se possível acessar ao conteúdo televisivo de diversas formas e lugares. Esses locais acabaram se complexificando e criando novas condições, que podem ser entendidas como a “ambiência midiática, lugar virtual de produção, circulação e consumo nos quais os sujeitos da comunicação também atuam, que compreendemos como miosfera”, (KIELING, 2009, p.45). Sendo assim, a miosfera permite que os telespectadores cooperem, participem e troquem conteúdos com as mídias, mas também que participem e criem comunidades virtuais.

A noção de interatividade, portanto, aplicada a comunicação digital como um todo se mostra ainda um conceito que contempla mais de uma perspectiva. O pesquisador Alex Primo, que sugere a existência de dois tipos de interação – Mútua e Reativa² – que serão explicados a seguir. Para o pesquisador, “o estudo das interações mediadas por computador deve partir de uma investigação das relações mantidas, e não dos participantes em separado, ou seja, é preciso observar o que se passa entre os interagentes” (PRIMO, 2008, p.100).

Primo (2000), porém, considera que inicialmente sete características devem ser observadas ao tratar dessas formas de interação:

- a) sistema: um conjunto de objetos ou entidades que se inter-relacionam entre si formando um todo;
- b) processo: acontecimentos que apresentam mudança no tempo;
- c) operação: a produção de um trabalho ou a relação entre a ação e a transformação;
- d) fluxo: curso ou sequência da relação;
- e) throughput: o que se passa entre a deco-

1 As deixas simbólicas são palavras “acompanhadas de informações não-verbais como piscadelas e gestos, franzimento de sobrancelhas, variações de entonação etc” (PRIMO, 2008, p.20).

2 Interação Mútua depende do relacionamento e a negociação entre os participantes, enquanto a Interação Reativa é pré-estabelecida na programação do sistema.

dificação e a codificação, inputs e outputs [...]; f) relação: o encontro, a conexão, as trocas entre elementos ou sub-sistemas; g) interface: superfície de contato, agenciamentos de articulação, interpretação e tradução. (PRIMO, 2000, p.7)

A Interação Mútua é formada por um sistema aberto e, portanto, há possibilidade de estabelecer relações por meio de negociações, evoluções e interpretações de diferentes contextos. Em um sistema aberto, segundo Primo (2000), é possível que cada agente influencie, coopere e interprete de uma maneira diferente, ou seja, as relações podem afetar os outros participantes de diversas maneiras.

Uma exemplificação de Interação Mútua de Primo (2008) é a troca de e-mails entre duas pessoas que não se conhecem, no caso é de uma estudante e um pesquisador. Inicialmente, a estudante entra em contato com o pesquisador afirmando que lhe e que está fazendo um trabalho a partir do modelo teórico desenvolvido por ele, formalmente o professor responde que gostaria de conhecer mais detalhes da pesquisa. A partir dessa primeira resposta, uma conversa é estabelecida e outros assuntos – filmes acadêmicos e favoritos – acabam surgindo, ou seja, “a formalidade inicial foi aos poucos ganhando um tom cada vez mais amistoso (e, por que não, de maior intimidade)”, destaca Primo (2008, p.104).

Os mensageiros instantâneos e os bate-papos também são exemplos, citados por Primo (2008), de Interação Mútua, pois a partir dessas ferramentas é possível que haja troca de informações com outros internautas sobre assuntos relevantes, mas também servem para “jogar conversa fora”. Outro exemplo são os blogs, que a partir da “incorporação dos comentários, [...] se tornaram verdadeiros fóruns de discussão dos mais diferentes tópicos” (PRIMO, 2008, p.132).

A Interação Reativa é caracterizada pela utilização do sistema fechado, que não evolui e impossibilita a interpretação e reação de contextos, pois as opções de estímulo e resposta já são pré-programadas em um banco de dados e caso saia do contexto uma mensagem de erro é acionada. Ou seja, os sistemas reativos obedecem automaticamente às regras estabelecidas e testadas anteriormente pelo programador. Primo (2000) também afirma que o fluxo reativo acontece linearmente e em eventos isolados. Diferentemente da Interação Mútua, a relação estabelecida em um sistema fechado acontece casualmente e se uma determinada ação for executada.

Um dos exemplos de Interação Reativa citado por Primo (2008) são os robôs de conversação (chatbots), que simu-

lam um diálogo natural no formato de um mensageiro instantâneo com os internautas. De acordo com o autor, os robôs são formados por um mecanismo que analisa as informações enviadas (inputs) pelo internauta e a partir dessa análise o robô procura em um “banco de conhecimento” algum retorno (outputs) adequado.

Primo (2008) também afirma que por meio de um processo de Interação Mútua, é possível estabelecer uma Interação Reativa. O exemplo citado pelo autor é de respostas automáticas de e-mail, que podem ser programadas pelo remetente ao receber qualquer tipo de mensagem. Por exemplo: Ana envia um e-mail para Nice. Logo em seguida, Ana recebe uma mensagem automática afirmando que Nice poderá demorar a responder, pois está viajando e sem acesso à Internet. Ou seja, a partir da tentativa de estabelecer um contato real é possível que uma máquina responda, até que a mensagem seja desativada pelo dono do e-mail.

4. Parâmetros de análise

Para análise do objeto – programa Participação Popular (TV Câmara) – deste trabalho utilizaremos como base os conceitos e categorias determinados por Kieling (2009 e 2012) a partir dos termos de Oferta Interativa, Processos de Interação e Eventos Interativos. Outros conceitos, porém, também poderão ser associados.

A Oferta Interativa é a tecnologia disponibilizada pelo produtor de conteúdo para conseguir estabelecer uma relação com o seu público e dentro deste conceito, encontramos as seguintes categorias de recursos interativos:

a) Assimetria: Possibilita que a audiência (telespectador/internauta) acesse aos conteúdos diretamente da página ou por meio de download, mas também há oportunidade de contribuir por meio de alguma escolha mais simples ou por meio de mensagens. Como exemplo, podemos citar os espaços onde se armazenam, como forma de memória, vídeos de programas anteriores.

b) Autonomia: Essa categoria é mais ligada à televisão, pois “os níveis de autonomia em relação ao aparelho de TV para escolher o que assistir (da opção simples de desligar, passando pelo zapping às escolhas de programação, câmeras em transmissões ao vivo e até participação colaborativa)” (KIELING, 2009, p.86). Para esta pesquisa, porém, entende-se Autonomia do Público Receptor como os espaços de streaming³ de vídeos nos sites, que permitem que o internauta tenha acesso ao conteúdo quando, onde e por quanto tempo quiser.

c) Serviços: Disponibilização de informações úteis sobre a programação, próximos programas, bastidores, divulgação de contatos, venda de produtos e serviços públicos para o telespectador/internauta.

Os Processos de Interação são mediados pela mídia e referem-se à forma em que ocorre a relação com o público. Segundo Kieling (2009), três categorias principais são definidas:

a) Interação Mútua Coativa: Possibilita que as instâncias de produção e recepção estabeleçam um relacionamento por meio de telefone, SMS, e-mail, Redes Sociais, cartas e outros. Nessa categoria é possível que as escolhas, contribuições e opiniões do público sejam atendidas pelo produtor de conteúdo.

b) Interação Mútua Pró-Ativa: O telespectador/internauta tem a chance de poder participar, colaborar, contribuir, construir e até modificar o conteúdo. Podemos citar como exemplo, as enquetes ou votações que escolhem o vencedor ou o eliminado de algum jogo, principalmente do gênero de telerrealidade (reality show).

c) Interação Reativa: Nessa categoria o internauta só tem a possibilidade de realizar atividades que já foram pré-determinadas e testadas anteriormente no programa, sendo assim não é possível sair do que foi planejado. Jogos e enquetes são exemplos dessa categoria.

Os Eventos Interativos, para Kieling (2012b), ocorrem quando a instância de produção lança alguma Oferta Interativa que acaba sendo aceita pelo público. A partir dessa reação, a emissora pode mediar e retrabalhar as participações para divulgar novamente no ambiente midiático. Para efeito deste trabalho, porém, será necessário incluir três níveis:

a) Nível 1 - Promessa: A promessa, segundo o conceito de Jost (2010), serve como maneira de engajar o público a participar de algo que ainda será ou está sendo oferecido pela instância de produção.

b) Nível 2 - Narrativa Transmídia⁴: O conceito de Jenkins (2009) pode ser utilizado como o nível de atuação de um evento, pois o telespectador, a partir do oferecimento de um conteúdo em mais de uma mídia, pode acompanhar todo o percurso narrativo.

3 Streaming permite transmitir conteúdos de áudio e vídeo pela Internet por meio de pacote de dados.

c) Nível 3 - Economia Afetiva:

O conceito de Jenkins (2009) ocorre quando já houve a fidelização do público, sendo assim é possível que o telespectador consuma todos os conteúdos e percursos narrativos que foram gerados pelo produtor, ou seja, é possível estabelecer a economia do afeto com o público fiel.

Em resumo, no primeiro nível o produtor de conteúdo (emissora) promete ao público que utilizará recursos interativos, mas somente quando a emissora referem-se se transforma para o nível dois. No nível três é quando o público começa a consumir os produtos prometidos no primeiro nível.

5. Participação popular

Participação Popular, da TV Câmara, é um programa de debate com temáticas de interesse público. Atualmente, é apresentado todas as sextas-feiras, pelo jornalista Fabrício Rocha, a partir das 18h e é reprisado sete vezes na semana. Desde a estreia, em outubro de 2000, o programa já sofreu algumas modificações no formato e nos recursos interativos utilizados. A última mudança significativa entrou ao ar no dia 20 de maio de 2011. Segundo a TV Câmara (2011), o programa contaria com participações de deputados, especialistas e com a participação do público a partir de contatos por telefone, e-mail, Twitter e link ao vivo em algum ponto da cidade. Outra mudança realizada foi a criação de uma parceria com a Rádio Câmara que também transmite o programa ao vivo.

A principal proposta do Participação Popular, como o próprio nome diz, é a construção do debate a partir da cooperação dos telespectadores. Para isso, o programa disponibiliza aos telespectadores um endereço de e-mail, um perfil no Twitter e um número de telefone⁵ por meio dos quais pode se enviar e perguntas, ou seja, são tecnologias que servem ao propósito de manifestação do telespectador e, portanto, podem ser enquadradas na categoria de Oferta Interativa de Assimetria. Entretanto, o programa Participação Popular ainda não oferece ao público uma página exclusiva no Facebook, mas utiliza o perfil da TV Câmara (@TVCâmaraBrasil), que se torna responsável apenas pela divulgação dos contatos e temáticas do Participação Popular e demais programas da emissora.

A instância de produção do Participação Popular, assim como as páginas dos demais programas da TV Câmara, disponibiliza no site uma Oferta Interativa de Assimetria que possibilita logo após a

transmissão o acesso direto ou por download aos conteúdos já transmitidos. Para que o internauta visualize diretamente na página os programas completos é necessário ter instalado no computador o Windows Media Player (WMP) ou VLC Media Player (VLC). Caso o usuário deseje fazer download do vídeo, com tamanho de 320 x 240, é necessário aceitar as condições para uso.

Na mesma página de onde são disponíveis os conteúdos do programa também há um espaço para que o internauta mande comentários, mas também há quatro atalhos que possibilitam o compartilhamento de vídeos por Redes Sociais (Orkut, Facebook e Twitter) e por e-mail.

Com a contribuição do telespectador por meio do endereço de e-mail, perfil no Twitter ou número de telefone é gerado um Processo de Interação Mútua Pró-Ativa. Porque a partir das perguntas enviadas pela recepção, os produtores podem se basear nas contribuições para criar ou modificar o roteiro de apresentação do programa.

Caso o internauta utilize o atalho de compartilhamento por e-mail (citado anteriormente) é criado um Processo de Interação Reativa por causa do envio de uma mensagem pré-programada com o contato e comentário do remetente, o link de acesso à página e título da matéria enviada ao destinatário.

Quando há publicação no espaço de comentários também acontece um Processo de Interação Reativa, pois o recurso é utilizado apenas para a visibilidade do programa e não há nenhum tipo de resposta ou divulgação vindo da instância de produção.

O programa Participação Popular e o público formam um Processo de Interação Mútua Coativa a partir da página do Twitter do programa (@participacaopop), que diariamente tem uma nova publicação. Também se percebe que o administrador da página responde, faz questionamentos e dá retweet⁶ em algumas mensagens.

Além de ser um canal para o recebimento de perguntas e sugestões para o programa, a página do Twitter também é utilizada para divulgar a temática dos próximos programas e atualizar em tempo real o que está sendo transmitidos. Conforme dados do PeopleBrowsr⁷, entre março e outubro, a maior aparição da hashtag⁸ #ParticipacaoPop foi no dia 03 de maio de 2012, quando o programa tratou de profissões em extinção.

A página da TV Câmara no Facebook também constitui de um Processo de Interação Coativa, pois os internautas acabam

respondendo, por meio de comentários, as publicações realizadas pela a emissora.

O programa Participação Popular faz o uso do Evento Interativo de Nível 1 (ver Figura 2), ou seja, é criada uma proposta de participação do público na construção dos debates temáticos realizados no programa. O objetivo da promessa é estimular que o público envie questões que poderão ou não ser utilizadas durante o debate temático que é realizado ao vivo. Sendo assim, a instância de produção divulga anteriormente o tema do próximo programa e os recursos interativos (citados anteriormente) a fim de que o público participe e haja de bate com vários participantes.



Figura 2 - Diagrama de funcionamento do Evento Interativo do Participação Popular

Outro Evento Interativo de Nível 1 é constituído no perfil da TV Câmara (@TV-CâmaraBrasil) no Facebook, quando há presença de curtidas ou de respostas da instância de produção nos comentários realizados pelos internautas. No entanto, a manifestação do administrador do perfil não garante que algo seja alterado no programa, mas pode estimular a fidelização do receptor e até gerar outros comentários a partir de uma resposta.

Pode-se perceber que a TV Câmara disponibiliza, principalmente (ver Tabela 1), Ofertas Interativas tradicionais, como bate-papo e espaço para realizar comentários. O pesquisador Steve Outing, em 1998, já recomendava que um site interativo devesse conter fórum de discussão; bate-papo; divulgação do e-mail dos repórteres; mecanismo para realizar comentários a cada matéria; sites pessoais; site de hobbies dos usuários; páginas para divulgar nascimento, casamento e morte; páginas para que grupos comunitários publiquem; construir interatividade das histórias e pesquisa de usuários.

O Participação Popular da TV Câmara disponibiliza exclusivamente Ofertas Interativas de Assimetria que, a partir da participação do telespectador, geram as três categorias dos Processos de Intera-

4 A Narrativa Transmídia (JENKINS, 2009) é uma história que desde sua criação é planejada para se desenvolver em outras plataformas midiáticas – jogos, livros, história em quadrinhos, desenhos, filmes e outros.

5 Contatos do Participação Popular: participacaopopular@camara.gov.br, @participacaopop e 0800-619-619. E o site é http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/tv/programa/6-PARTICIPACAO-POPULAR.html

6 Retweet é o termo utilizado para compartilhar ou divulgar algum tweet (mensagem com até 150 caracteres) para os demais seguidores do perfil.

7 PeopleBrowsr é uma empresa, criada em 2006, que faz análises de mídias sociais e verifica a influência das marcas.

8 Hashtag é o termo utilizado para termos ou frases que são prefixadas com o símbolo #. O uso é comum em Redes Sociais e serve como mecanismo de busca

ção. Entre as ofertas identificadas na análise, pode-se destacar o acesso direto ou por download de programas completos já transmitidos, o que possibilita a expansão do tempo de consumo do produto, o compartilhamento e o aumento de pessoas com acesso à informação.

O principal destaque do programa Participação Popular é a constante promessa da participação do público na construção dos debates apresentados semanalmente. E para cumprir, o programa oferta ao telespectador três tecnologias distintas para o envio de perguntas e comentários. A partir da contribuição do público, um Processo de Interação Mútua Pró-Ativa é gerado e, com a mediação da instância de produção, semanalmente, há a produção de Eventos Interativos a partir da transmissão da contribuição do telespectador, mas também pela proposta de um novo tema e do reforço da promessa.

6. Considerações finais

A partir da descrição e análise do programa Participação Popular, percebe-se que a TV Câmara oferece apenas

tecnologias com recursos básicos e sem inovação para interagir com o público. Atualmente, porém, os telespectadores e internautas mais ativos já sabem reconhecer a tentativa de interação do produtor de conteúdo por meio de estratégias tradicionais, não atrativas ou inovadoras, pois as dinâmicas comunicacionais estão sendo incorporadas no público em um processo progressivo.

O caminho mostra-se promissor nessa perspectiva de relacionamento entre as emissoras e seus públicos. O pressuposto da promoção de eventos interativos evidencia uma dinâmica entre as instâncias de produção e recepção que não pode ser ignorada embora os processos tradicionais de audiência ainda se mantenham. Sendo assim, é importante que a TV Câmara continue ofertando conteúdos interativos que incentivem a criação de Processos de Interação e Eventos Interativos, mas sempre buscando novas alternativas para estimular a participação da instância de recepção. Ainda mais porque as enquetes, espaços para realizar comentários e outras medidas mais simples já se mos-

traram ultrapassadas e rotineiras.

Como aponta Lipovetsky e Serroy (2009), hoje vivemos em uma sociedade de tela global, na qual a segunda tela da TV, no caso dos dispositivos conectados na web, já é um fato. E com isso, o público que já reconhece e convive com as novas tecnologias, acaba buscando mais informações e serviços na rede, ou seja, as Ofertas Interativas, Processos de Interação e Eventos Interativos também podem ser utilizadas como prestação de serviços, principalmente entre as emissoras públicas que focam na informação do telespectador.

Em resumo, as emissoras públicas possuem uma multiplicidade de estratégias interativas independentemente dos gêneros dos programas. Entretanto, a partir das experiências verificadas nesse trabalho compreende-se que atualmente existem múltiplas Ofertas Interativas promovidas, alguns Processos de Interação eficientes, mas poucos Eventos Interativos. Sendo assim, é importante continuar acompanhando as ações interativas realizadas pelas emissoras públicas para averiguar se haverá mudanças nos próximos anos.

Tabela 1 – Resumo de Ofertas Interativas, Processos de Interação e Eventos Interativos do Participação Popular

OFERTAS INTERATIVAS			
Nº	Assimetria	Autonomia	Serviços
1	E-mail, Twitter e Telefone (Espaço para Contato)	–	–
2	Facebook TV Câmara (@TVCamara)	–	–
3	Disponibilização de programas (Direto ou download)	–	–
4	Comentários (Espaço destinado)	–	–
5	Atalhos de Compartilhamento	–	–
PROCESSOS DE INTERAÇÃO			
Nº	Mútua Coativa	Mútua Pró-Ativa	Reativa
1	–	E-mail, Twitter e Telefone (Contribuição do Público)	–
2	–	–	Compartilhamento por e-mail
3	–	–	Comentários - (Publicação)
4	Perfil no Twitter - participação pop	–	–
5	Facebook /TVCamara - Publicações	–	–
EVENTOS INTERATIVOS			
Nº	Promessa	Narrativa Transmídia	Economia Afetiva
1	Participação do Público (Utilização das Perguntas)	–	–
2	Facebook @TVCamara (Resposta às publicações)	–	–

REFERÊNCIAS

- FRAGOSO, Suely. De interações e interatividade. Anais X Compós – Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília. 2001. Disponível em: <<http://www.miniwebcursos.com.br/artigos/PDF/interatividade.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2012
- JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2. ed., ampl. e atual. São Paulo, SP: Editora Aleph, 2009.
- JOST, François. Compreender a televisão. Porto Alegre, RS: Sulina, 2010.
- KIELING, Alexandre Schirmer Alexandre S. Mídiosfera, uma configuração de ambiência midiática. Artigo apresentado no GT de Tecnologia e Comunicação. Bogotá ALAIC, 2010.
- _____. Televisão: a presença do telespectador na configuração discursiva da interatividade no programa “Fantástico”. São Leopoldo, tese de doutorado na Unisinos, 2009.
- _____. A dinâmica das ofertas interativas e dos processos de interação na TV Digital. Artigo apresentado X Congresso da LUSOCOM – Comunicação, Cultura e Desenvolvimento Lisboa. Lisboa, 2012a.
- _____. Conteúdo Colaborativo na TV: Formulações para a figura Narrativa do Telespectador. Contemporânea. Vol. 10. Nº2. Maio-Agosto de 2012. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6212/4394>>. Acesso em: 18 set. 2012b. 133 p
- LIPPMAN, Andrew. O arquiteto do futuro. In: Meio & Mensagem, São Paulo, n. 792, 26 jan. 1998.
- LIPOVETSKI, Gilles; SERROY Jean. A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- OUTING, Steve. What Exactly Is ‘Interactivity’?. 12 de abril de 1998. Disponível em: <<http://www.editorandpublisher.com/PrintArticle/What-Exactly-Is-Interactivity->>. Acesso em: 11 out. 2012.
- PARTICIPAÇÃO POPULAR. Entrevista e Debates: Participação Popular. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/camara-noticias/tv/programa/6-PARTICIPACAO-POPULAR.html>>. Acesso em: 21 mar. 2014.
- PNAD 2012. Síntese de Indicadores 2012. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalho-erendimento/pnad2012/default_sintese.shtm>. Acesso em 21 mar. 2014.
- PRIMO, Alex (Coord.). Comunicação e interações. Porto Alegre, RS: Sulina, 2008.
- _____. Sistemas de interação. 1999. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/425>>. Acesso em: 17 out. 2012.
- _____. Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo. Revista Famecos, n.12. p.81-92, jun.2000. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/20972>>. Acesso em: 02 nov. 2011.
- REISMAN, Richard. Rethinking Interactive TV: I want my Co-active TV 2002. Disponível em: <<http://www.teleshuttle.com/cotv/cotvintrowtpaper.htm>>. Acesso em: 15 out. 2012.
- SANTOS, Maria de Lourdes dos. Breve história da TV Legislativa no Brasil: raízes e origens. Anais do XXIX Intercom. Brasília: Intercom, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1847-1.pdf>>. Acesso em: jul. 2012.
- THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. 3. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
- TV ASSEMBLEIA. História da TV Assembleia. Disponível em: <http://www.almg.gov.br/acompanhe/tv_assembleia/historia/index.html>. Acesso em: 27 jul. 2012
- TV CÂMARA. Participação Popular debate o preço da gasolina. 28 ago. 2002. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/tv/materias/PARTICIPACAO-POPULAR/197040-PARTICIPACAO-POPULAR-DEBATE-O-PRECO-DA-GASOLINA.html>>. Acesso em: 22 out. 2012.
- VAUGHAN, Tay. Multimedia: Making It Work. 8 ed. McGraw-Hill. 2010.
- VERÓN, Eliseo. Fragmentos de um tecido. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2004.
- VITÓRIO, Gabrielle Santelli. Convergência da radiodifusão com a Internet: a efetivação da promessa interativa por meio da web. 2012. 143p. Monografia (Graduação), Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2012.