

# Televisão Interactiva

*Impacto e procura de um novo perfil de utilizador*

## Enquadramento teórico

OBJECTO  
DO TRABALHO

≍ Estudar um novo meio de comunicação, resultante da convergência dos media

≍ Abordar a TVDI numa perspectiva funcional e tecnológica.  
≍ Analisar o seu impacto na sociedade

## O que é a TVDI?

O **IDATE** - *Institut de l'Audiovisuel e des Télécommunications en Europe* define Televisão Interactiva como **o serviço acessível através da emissão televisiva que difere da sucessão contínua de transmissão programas vídeo**. Esta definição cobre duas categorias de serviços:

- ⚡ **Serviços de acesso à internet via televisão** – exemplo: Correio electrónico e *chat*
- ⚡ **Serviços interactivos produzidos especificamente para televisão**
  - **Enhanced TV**- exemplo: documentários, concursos
  - **Serviços interactivos independentes dos programas**- exemplo: Guia TV, Portais de Televisão Interactiva, jogos

## Funcionalidades da TVDI

- ⚡ **Permite aceder a um conjunto de serviços e aplicações interactivas**, disponibilizados através de um televisor e de uma caixa descodificadora, denominada de *Set-Top-Box*.
- ⚡ **Passa a ser possível “participar” directamente nos programas de televisão.**
- ⚡ Os telespectadores passam a **ter acesso à Internet, comércio electrónico, e a outros serviços como o *Video on demand* e o *Pay-per view*.**
- ⚡ **Possibilita ao telespectador o acesso a informação de uma forma frequente e actualizada** – exemplo: informação acerca do trânsito ou a meteorologia.
- ⚡ As potencialidades da TVDI subdividem-se em : **Programação Televisiva com Interactividade** (Jogo de futebol interactivo) **Serviços *Online*** (*email, Guia TV*) e **Informação Agregada nos Canais Temáticos** ( Informações sobre um tema específico exemplo: cotações da bolsa).

## A TVDI em Portugal

- ⚡ **TV Cabo, lançou em Junho de 2001, o serviço de Televisão Interactiva.**
- ⚡ **Portugal foi pioneiro a nível mundial, ao lançar um serviço de Televisão Interactiva via cabo** com capacidade para a gravação de vídeo digital *DVR (Digital Video Recording)*, integrado numa *Set-Top-Box*.
- ⚡ A amplificação e lançamento do projecto de TVDI em Portugal são da responsabilidade da **TV Cabo, da Microsoft e da Octal.**
- ⚡ A Octal criou a *Set Top-Box* e a *Microsoft* desenvolveu as plataformas que permitem aos telespectadores acederem a serviços que nos habituamos a associar à internet ( *Chat*, Comércio Electrónico, Correio Electrónico, Tele-compras)

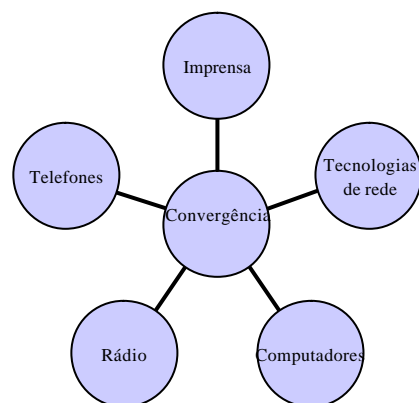
2/28/2003

Televisão interactiva - impacto e procura de um novoperfil de utilizador

5

## Televisão Interactiva - a convergência

- ⚡ **A TVDI, como tecnologia interactiva** representa um exemplo da edificação da convergência dos media, e **vai permitir estabelecer uma relação personalizada entre o utilizador e o meio.**
- ⚡ **A Convergência dos Media** prevê que toda a informação esteja disponível, ininterruptamente, a todos e em qualquer lugar, em suporte digital. O que **torna possível interagir com a própria informação.**



2/28/2003

Televisão interactiva - impacto e procura de um novoperfil de utilizador

6

## A info-exclusão

O acesso à informação representa hoje uma vantagem estratégica para:

- a sobrevivência das empresas
- formação de recursos humanos
- exercício dos direitos e deveres de cidadania.

- ⚡ A **difficuldade de acesso à tecnologia cria desigualdades ao nível económico e social.** Cria situações pouco democráticas e divide em vez de unir.
- ⚡ A **nova sociedade é abundante em informação** e implica uma conectividade constante, para que o desejo de conhecimento dos cidadão seja saciado.
- ⚡ . Raul Junqueiro acredita mesmo que o conhecimento assumirá o papel mais relevante da sociedade, num futuro próximo, e vai determinar a diferença entre as sociedades desenvolvidas e as menos desenvolvidas.

2/28/2003

Televisão interactiva - impacto e procura de um novo perfil de utilizador

7

**A TVDI pode representar um meio de info-exclusão, na medida em que não está disponível a todos, o seu insucesso pode assentar na:**

- ⚡ falta de conhecimento para a usar
- ⚡ incapacidade financeira para poder ter acesso a esta tecnologia
- ⚡ Para combater este fenómeno de info-exclusão, foi criado um plano da união europeia para constituir uma *e-Europa*.
- ⚡ Neste plano assume-se como prioridade criar condições para uma educação adequada, que permita aos cidadãos fazer face às novas e complexas exigências do mercado, para que possam integrar-se na Sociedade da Informação.
- ⚡ Neste âmbito *Castells* adianta que é necessária uma nova pedagogia baseada na interactividade, personalização, e desenvolvimento das capacidades de aprender e pensar. Só assim será possível evoluir da Sociedade da Informação para a Sociedade do Conhecimento.

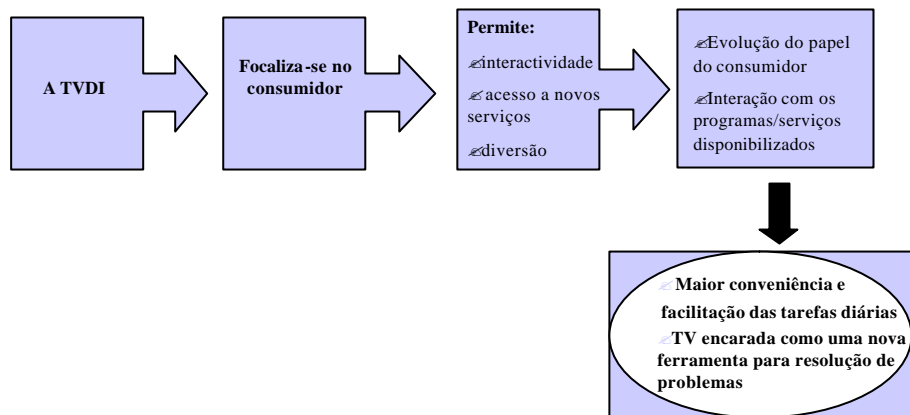
2/28/2003

Televisão interactiva - impacto e procura de um novo perfil de utilizador

8

## Perfil de utilizador

A personalização da experiência televisiva marcou a nova era da televisão, cria uma nova relação com o telespectador. No entanto, e para todos os efeitos, o acto de ver televisão é ainda eminentemente passivo.

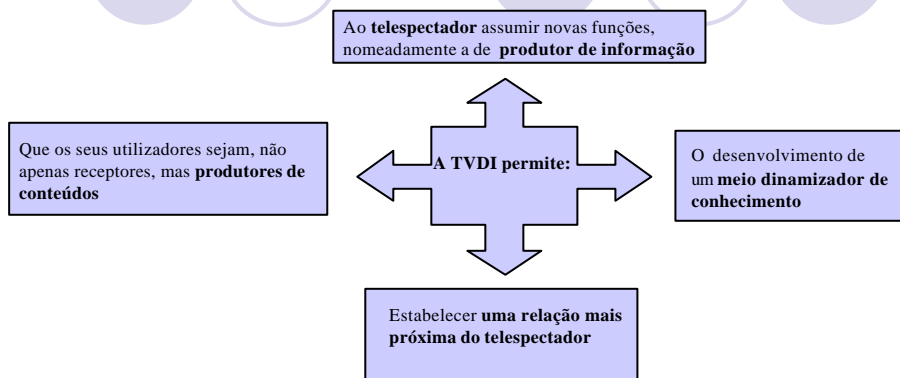


2/28/2003

Televisão interactiva - impacto e procura de um novo perfil de utilizador

9

## O telespectador como produtor de conteúdos e conhecimento



Na nova era da televisão o **consumidor** não se limita a ser um receptor passivo, **assume-se também como produtor de conteúdos**, em virtude da interactividade, que lhe permite gerar conhecimento.

2/28/2003

Televisão interactiva - impacto e procura de um novo perfil de utilizador

10

## As três vagas da comunicação

- ⚡ O conceito de comunicação *one to one* ganha terreno, face à comunicação massificante, despersonalizada e generalista.
- ⚡ Nesta nova era, os consumidores assumem o controlo dos mercados, e assim determinam os seus próprios rumos de evolução. Num mercado global, impõe-se o que lhes é mais conveniente.



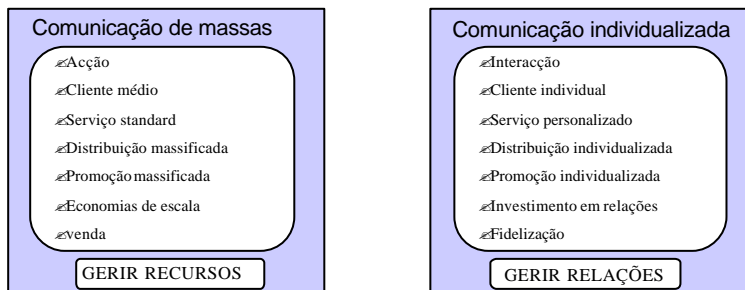
2/28/2003

Televisão interactiva - impacto e procura de um novoperfil de utilizador

11

## A comunicação interactiva

- ⚡ Manuel Castells descreve a era da informação como um mundo de interacção, que contrapõe a perspectiva de Marshall McLuhan, que este considera desfasada, por expressar a cultura da era industrial e não a da era da informação.



2/28/2003

Televisão interactiva - impacto e procura de um novoperfil de utilizador

12

## Conclusões:

- Conclui-se que o **futuro dos meios reside na interactividade**, onde as relações são personalizadas e existe uma maior proximidade entre o emissor e o receptor.
- Há uma clara **evolução** tanto ao nível do **conceito de televisão** como da **relação que o telespectador estabelece com o meio**.

2/28/2003

Televisão interactiva - impacto e procura de um novo perfil de utilizador

13

## Trabalho de Campo

⇒ **Amostra:** 60 inquiridos, estudantes universitários, com idades compreendidas em os 18 e os 26 anos. Residentes na área do Grande Porto.

### Conclusões :

Verificamos que na questão A, todos os inquiridos afirmaram saber o que era a Televisão Interactiva. **Embora não exista um contacto directo com a tecnologia, ela já é conhecida.**

Os inquiridos acreditam que **em Portugal a TVDI pode estar destinada ao insucesso**, tal como tem acontecido um pouco por toda a Europa.

A maioria dos inquiridos é da opinião de que **a oferta televisiva vai melhorar com a introdução de interactividade nos programas.**

A hipótese da **TVDI vir a ser massificada teve resposta afirmativa** por parte dos inquiridos, o que revela um panorama positivo, mas ao mesmo tempo contraditório quando comparado com a questão do sucesso da TVDI.

2/28/2003

Televisão interactiva - impacto e procura de um novo perfil de utilizador

14

## Conclusões:

↻ Quanto à **interacção com os programas**, os inquiridos acreditam que talvez fossem capazes de o fazer, mas não têm certezas.

↻ No que concerne a eventuais **mudanças no contexto televisivo**, acredita-se que a mudança **incidirá apenas em pormenores**.

↻ As **Tele-compras são encaradas com uma certa relutância**, os inquiridos não se julgam capazes de as efectuar.

↻ Na questão da **info-exclusão** não há grandes dúvidas, **55 % dos inquiridos acreditam que a TVDI pode ser mais um meio de criar assimetrias**, por não estar disponível à generalidade das pessoas.

↻ Quanto à **capacidade de utilização da TVDI**, conclui-se, que **talvez o conseguissem**, o que mostra dúvidas e, ao mesmo tempo um entusiasmo evidente.

↻ Dos serviços disponibilizados pela TVDI, verificamos que **o serviço mais atractivo são os Jogos** a que se opõe o *Pay-per-view* que apresenta uma cotação nula.