



TV Digital: uma nova mídia e um novo modo de recepção em uma sociedade em rede¹

Francisco Machado Filho²
Faculdades Integradas de Fernandópolis - FIFI

Resumo

O presente trabalho aborda os aspectos relativos à recepção de produtos ficcionais na TV Digital em uma sociedade em rede. Para tanto, a pesquisa analisa a Internet e a nova mídia dentro de pressupostos teóricos sobre a recepção de produtos audiovisuais, visto que novos signos serão incorporados ao ato de ver televisão, alterando seu modo de produção e recepção. Entretanto, não são analisadas neste estudo as características técnicas da tecnologia digital.

Palavras-chave: TV Digital; Convergência; Interação homem-máquina.

Introdução

Muito mais que meios de expressão ou de representação, os meios de comunicação, ou a mídia, sempre tiveram uma intrínseca ligação com a comunidade em que se inserem. O surgimento dos meios de comunicação de massa, um após o outro, deixou marcas e influências em todas as sociedades. Não por acaso, Marshall McLuhan (1996) expôs que os meios de comunicação são extensões do homem.

Agora o mundo experimenta um momento transitório nas tecnologias da informação, que é a substituição do sistema analógico de transmissão de TV aberta pelo sistema digital. Com isso, debates, previsões, alertas, otimismo e pessimismo surgem não só no meio acadêmico, mas também nos campos político, econômico e social. Uma nova mídia irá surgir trazendo consigo novos aspectos sociais ligados a ela. E este não é um fato novo. Situações que estão por vir também ocorreram, guardando-se as devidas proporções, quando do aparecimento dos livros, da imprensa, do rádio, da televisão e, mais recentemente, da Internet, como demonstram Briggs e Burke (2004). Muitos desses aspectos sociais que ocorreram no passado influenciam o cotidiano das pessoas ainda hoje. Devido a essas experiências históricas, surge a necessidade de se tentar

¹ Trabalho apresentado ao NP 01 – Comunicação Audiovisual do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

² Francisco Machado Filho, Mestre em Comunicação Social pela Universidade de Marília – Unimar. Especialização em Gestão em Assessoria de Comunicação/FAESA-ES. Graduado em Comunicação Social Habilitação/Rádio e TV pela FAESA/ES. Coordenador do curso de Jornalismo da FIFI/Fernandópolis-SP. E-mail: prof_kikomachado@yahoo.com.br



apontar questões que poderão ser vividas quando a nova mídia estiver disponível dentro das casas, escritórios e ruas. Castells (1999) compara este momento a outro de igual importância. Estamos vivenciando um momento histórico que encontra precedente na invenção do alfabeto. Nossa cultura e as formas de comunicação nunca mais serão as mesmas.

Este trabalho visa a levantar questões, sob o ponto de vista das possibilidades de criação e disponibilização de produtos audiovisuais na Internet e na TV Digital, e a recepção destes produtos pelo indivíduo, configurando-se um novo tipo de leitor, interativo e envolvido na própria construção do texto.

O conceito de leitor utilizado nesta pesquisa será o mesmo apresentado por Santaella (2004), pois “o ato de ler passou a não se restringir à decifração de letras”, mas abrange também “as relações palavra e imagem”, ou seja, alguém capaz de ler as imagens e as formas híbridas de signos e processos de linguagem.

A provável convergência da televisão com todos os outros meios disponíveis, ou seja, jornal, rádio, telefone e computador, ou ainda, a palavra, a voz e a imagem, não passará sem revolucionar a vida do homem. No passado essas formas de comunicação atuaram cada uma em seu próprio meio, com códigos próprios e sistemas comunicacionais particulares. Em breve, elas atuarão juntas e em uma mesma máquina, assim, “o meio já não é a mensagem, pois não existe mais meio, somente trânsito de informações entre suportes, interfaces, conceitos e modelos como meras matrizes numéricas”. (PLAZA, 2004, p. 72).

Em breve, um novo aparelho estará ocupando o espaço principal da sala de muitas casas em todo o mundo. O telecomputador³ possibilitará inúmeras tarefas que deixarão a vida do consumidor de produtos audiovisuais ainda mais fácil e prazerosa. As possibilidades de o receptor construir sua própria programação e a interatividade mudarão o modo como as pessoas se relacionam com a televisão atualmente, inevitavelmente alterando o modo como os produtos são produzidos e comercializados. Será o início das transformações cognitivas pelas quais passará o novo telespectador.

Assim sendo, o objetivo deste artigo é levantar questões que deverão ser analisadas quanto à recepção de produtos audiovisuais ficcionais na TV Digital de alta definição em uma sociedade em rede, pensando o perfil de seu receptor, um novo leitor interativo e participante.

³ Termo apresentado por Dizard Jr, em 2000. O telecomputador será um único aparelho que possibilita as funções de computador, televisão, rádio, tocadores de música e telefone.



HOMEM E A MÁQUINA – Ligações Perigosas

O homem vem se relacionando com tecnologias cada vez mais sofisticadas nos últimos 20 mil anos de sua história (VICENTE, 2005). Mas foi a partir do século XVIII que diversas máquinas foram introduzidas no cotidiano das pessoas. Segundo historiadores, houve pelo menos duas revoluções industriais⁴. As duas revoluções forneceram base econômica para uma terceira revolução tecnológica: a revolução da tecnologia da informação. E o computador é seu principal elemento.

Com a Internet, a utilização do PC torna-se enriquecida e freqüente. Pesquisas de medição já apontam que algumas pessoas gastam mais tempo em frente ao computador do que diante da televisão. As implicações do computador na vida das pessoas são tão complexas que vêm sendo estudadas por inúmeros pensadores na tentativa de se compreender a influência dos computadores na vida, nas artes, nos processos mentais, na educação, nas comunicações e na relação com o indivíduo. Mas quando o computador começou a se transformar em um sistema impregnado de sentido e significações semióticas? Em que momento o indivíduo passou a se relacionar com essa máquina de forma tão complexa? A partir das interfaces e de suas metáforas visuais.

De acordo com Johnson (2001), as interfaces são softwares que dão forma à interação entre o usuário e o computador. Elas atuam como tradutores entre as duas partes: homem e máquina, traduzindo para o computador as ordens que o usuário quer que o computador execute. A criação da interface gráfica é descrita por Johnson (2001, p. 19) como sendo um dos “poucos atos criativos na vida contemporânea mais significativos que esse, e poucos com conseqüências sociais tão amplas”.

O design de interface eficiente permite a um usuário isolado navegar intuitivamente através de seus documentos e aplicações, comunicando-se ocasionalmente com o mundo externo via fax ou e-mail. A simplicidade da interface reflete a simplicidade das ferramentas que o próprio computador oferece. Nos últimos anos, porém, surgiram no horizonte novas ferramentas, que vão transformar nossos pressupostos básicos com relação ao computador e seu papel social mais amplo. [...] À medida que a infosfera continuar crescendo exponencialmente, as metáforas usadas para descrevê-la crescerão

⁴ (CASTELLS, 1999) Na primeira, 30 anos antes do fim do século XVIII, surgiram as máquinas a vapor, a fiadeira e de forma geral, a substituição das ferramentas manuais pelas máquinas. A segunda, cem anos depois, “destacou-se pelo desenvolvimento da eletricidade, do motor de combustão interna, de produtos químicos com base científica, da fundição eficiente do aço e pelo início das tecnologias de comunicação”



também, tanto em escala quanto em complexidade. (JOHNSON, 2001, p. 19 e 20).

Toda vez que um usuário liga o computador surge diante dele uma tela com várias figuras que, na verdade, representam comandos para que o computador execute uma ação qualquer. Ao clicar duas vezes na lixeira, por exemplo, o que se espera é que se abra uma janela onde se possa limpá-la ou realizar qualquer outra ação possível. Na verdade, o que ocorre é que aquele símbolo, que dá idéia de uma lixeira, é, na verdade, uma metáfora.

O termo metáfora é usado neste caso quando uma ação toma o lugar de outra ação. Os computadores usam a linguagem binária para executar toda e qualquer ação que ele seja capaz de fazer, uma linguagem que se forma da combinação de apenas dois números: 0 e 1. Digitalizar algo que seja analógico nada mais é que transformar aquela informação em uma seqüência de números que o computador é capaz de reconhecer e processar das mais diversas formas.

Assim, a ação de enviar um documento para a lixeira é uma metáfora visual, pois esta ação, na verdade, toma o lugar da ação física de amassar ou rasgar um documento e jogá-lo em um saco plástico dentro de uma lixeira ao lado da mesa de trabalho.

Steven Jobs, um dos fundadores da Apple Computer, foi o responsável pelo lançamento de um modelo de computador com uma metáfora do desktop inventiva, que introduziu quase todos os elementos da interface atual: menus, ícones, pastas, lixeiras. Estes elementos não foram escolhas aleatórias. Eram, na verdade, analogias aos fichários e escrivaninhas de qualquer escritório.

Se o computador podia assumir qualquer forma imaginável, por que não o fazer imitar o velho mundo analógico que iria substituir? Era uma espécie de troca imaginativa: se as pessoas iriam abandonar seus fichários e pilhas de papel, por que não simplesmente transferir essas coisas para o mundo digital? Se você sabia se sentar a uma escrivaninha e revirar papéis, podia usar a máquina. (JOHNSON, 2001, p. 40).

Enquanto a convergência não ocorre plenamente, a Televisão Digital também irá proporcionar o mesmo tipo de relação subjetiva (metafórica) que o computador atual, pois a TV Digital também será regida por uma interface gráfica⁵, porém, muito mais amigável do que a presente no computador, pois as metáforas necessárias para a

⁵ A UFPb liderou um dos 22 consórcios do SBTVD. O grupo desenvolveu o FlexTV, um middleware, software que funciona como o sistema operacional do computador, fazendo com que os aplicativos tenham acesso aos recursos do equipamento. Fonte <<http://www.jcnet.com.br>>. Acesso em 30/08/2005, às 18h30.



interação do indivíduo e a máquina serão mais simples e a principal ferramenta já é bem conhecida: o controle remoto.

O processo de transmissão aberta do sinal digital já vem sendo implantado em alguns países⁶. Acredita-se que, no Brasil, o período de transição do sistema de transmissão da TV analógica para o digital levará de 10 a 15 anos. Alguns teóricos apontam que neste período a tecnologia irá propiciar um novo tipo de exclusão, porém por se tratar de uma tecnologia que irá substituir por completo um sistema já existente e não concorrer com ele, a exclusão tende a diminuir cada vez mais. Assim foi na história da TV analógica, que começou como um aparelho para poucos e hoje, no Brasil, está presente em 90% dos domicílios⁷.

Sem querer minimizar o problema da exclusão social (digital) quanto ao acesso a serviços, consumo ou ensino a distância, outra importante questão relativa à nova tecnologia é que cada vez mais a produção de subjetividade do indivíduo está sendo mediada pelas máquinas (a televisão e o computador).

Uma primeira constatação nos leva a reconhecer que os conteúdos da subjetividade dependem, cada vez mais, de uma infinidade de sistemas máqunicos. Nenhum campo de opinião de pensamento, de imagem, de afetos, de narrativa pode, daqui para frente, ter a pretensão de escapar à influência invasiva da “assistência por computador”, dos bancos de dados da telemática, etc... Com isso chegamos até a nos indagar se a própria essência do sujeito – essa famosa essência atrás da qual a filosofia ocidental corre há séculos – não estaria ameaçada por essa nova “maquino-dependência” da subjetividade. (GUATTARI, 2004, p. 177).

Esta preocupação quanto à produção de subjetividade ganha ainda mais fôlego quando visualizamos que a subjetividade está cada vez mais se formando, não de um mundo real, mas virtual. “O trabalho humano de produção de uma nova subjetividade ganha toda sua consistência no horizonte virtual aberto cada vez mais pelas tecnologias de comunicação”. (NEGRI, 2004, p. 175). O aparelho agora não nos capacita somente a ter uma *tele-visão*, ou seja, poder ver aquilo que está além do alcance, mas também a capacidade de *tele-transportar* quem quer que seja para um mundo formado não de elementos pré-existentes, mas de uma representação do real. Se antes o mundo era trazido até nós, agora somos levados a ele, porém um mundo novo, virtual, que poderá

⁶ Este processo vem ocorrendo em vários países do mundo. No Reino Unido (UK), por exemplo, o processo iniciou-se em 1998 e 65,9% das residências já tinham acesso à TV Digital em setembro de 2005. Nos Estados Unidos, o início foi em 2002 e no Japão em 2003. Fonte <<http://www.teleco.com.br>>. Acesso em 20/06/2005 – 11h.

⁷ Fonte: IBGE 2004.



ser disseminado na grande rede, não com o objetivo de substituir o real, mas de coexistir. O que pode representar um perigo nas relações *real X virtual* ou *virtual X real*.

O grande perigo seria acabar considerando o real como uma extensão dos mundos virtuais. O virtual torna-se a referência, e quando voltamos ao real, pensamos então poder aplicar a ele, naturalmente, os mesmos procedimentos e métodos, a mesma falta de preocupação que se tem no virtual. (QUÉAU, 2004, p. 97).

Irão conviver em uma mesma sociedade pessoas que não têm acesso ao mundo virtual e (excluídas) e pessoas que têm acesso a este mundo virtual e que podem querer trazer para o real as experiências vividas no mundo virtual.

Debates calorosos deverão surgir para tentar compreender o fenômeno, mas a tendência é que a linha que separa o real do virtual seja cada vez mais tênue. Mas há quem não veja nenhum mal nessa mistura.

Que as máquinas sejam capazes de articular enunciados e registrar estados de fato ao ritmo do nano-segundo, e talvez amanhã de pico-segundo, ou de produzir imagens que não remetem a nenhum real representado, isto não faz delas potências diabólicas que estariam ameaçando dominar o homem. Na verdade, não tem sentido o homem querer desviar-se das máquinas, já que, afinal das contas, elas não são nada mais do que formas hiperdesenvolvidas e hiperconcentradas de certos aspectos de sua própria subjetividade – e estes aspectos, diga-se de passagem, justamente não são daqueles que o polarizam em relações de dominação e de poder. (GUATTARI, 2004, p. 177).

Hoje o computador passou a ser “pessoal”, com propriedade e particularidades próprias do seu *donos*, que se relaciona com ele de uma forma subjetiva e sua própria subjetividade é mediada pela máquina. A relação com a nova televisão também será muito diferente do que é hoje com a *velha* televisão. Retomando Castells (1999), se o dilema do determinismo tecnológico é infundado, visto que a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida nem representada sem suas ferramentas tecnológicas, pode-se afirmar, então, que se a relação entre o homem e a máquina já não é a mesma, é também porque o homem já não é o mesmo.

O TELESPECTADOR ANALÓGICO

McLuhan (1996) inicia sua análise sobre a televisão afirmando que ela mudou o comportamento das crianças. Desde o aparecimento da TV, as crianças costumam ler a apenas 15 centímetros de distância dos livros. São tentadas a levar para as páginas



impressas todos os seus sentidos, mas “a imprensa exige a faculdade visual nua e isolada, não a sensorialidade unificada” (MCLUHAN, 1996, p. 346).

No início dos anos 60, Alan Mackworth desenvolveu um equipamento especial para observar o movimento ocular das crianças quando viam televisão. Com ele, pela primeira vez, foi possível perceber como o rastreamento realizado pelos olhos era substituído pela varredura realizada pelos tubos catódicos. Assim, o olho parou – como quando admiramos o fogo – mas continuou a *ver*. O trabalho de percepção da forma foi transferido do movimento ocular para a tela da televisão, liberando os outros sentidos e, assim, criando uma espécie de hipnose. (Informação eletrônica)⁸

O tubo catódico é um componente das televisões analógicas onde um feixe de elétrons é projetado na tela que serve como um anteparo. Parte da luz é retida na tela, mas uma grande parte dela a atravessa atingindo diretamente o espectador (Informação verbal).⁹ Para McLuhan (1996, p. 351), “com a TV, o espectador é a tela. Ele é bombardeado por impulsos luminosos [...] O contorno plástico resulta da luz que *atravessa* e não da luz que ilumina¹⁰, formando a imagem”. Com isso, a retina é estimulada e o olhar fica fixo na tela. Por esse motivo, nos aparelhos de TV mais antigos e com tela menor, as pessoas sentavam-se próximas ao aparelho. Pensava-se que era devido ao tamanho das imagens, mas na verdade a procura era pelo estímulo da retina. Quanto mais próxima da tela, mais a retina é estimulada.

A televisão é hipnótica e provoca um profundo envolvimento com a audiência, pela superfície. Isso acontece pelo fato de que quando o espectador está absorvido pela tela da televisão, ela não ocupa mais do que a visão central. A visão central é sensível à cor e à textura, enquanto a visão periférica é sensível ao movimento e à luz. Acaba-se por “enganar” as operações cerebrais, fazendo com que numa pequena área da retina, no centro, também estejam presentes dados que seriam importantes para a visão periférica. Aqui, é igualmente interessante observar como, embora dominando essencialmente a região retiniana central, a eficiência da televisão está na luz e no movimento.

Quando o olho pára diante de uma tela de televisão, todo o resto desaparece, exatamente porque o olho está parado e o que está a fazer o processo de movimentação para tornar possível a nossa percepção da forma é a estratégia dinâmica da própria imagem.

⁸ Informação eletrônica disponível em <<http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp057.asp>>. Acesso em 25/01/2006 – 23h.

⁹ Entrevista concedida por Flávio Quieroz de Oliveira. Engenheiro eletro/eletrônico da TV Leste – afiliada à TV Globo. Governador Valadares, 10 de abril de 2006.

¹⁰ No cinema, a luz é projetada e parte dela é absorvida na tela branca.



Por isso, crianças sentam-se tão próximas às telas de TV, procuram o estímulo da luz direta na retina. Na medida que os aparelhos foram ficando maior, a distância foi aumentando. Contudo, houve um limite. As televisões de 50 polegadas e de tubos catódicos não tiveram boa aceitação não só devido ao preço, mas também por problemas de definição de imagem. Como as telas eram muito grandes, a força do feixe era pouca para atravessar as telas e atingir o espectador. A imagem era sempre com pouco brilho e somente em locais com pouca iluminação se alcançava uma qualidade satisfatória.

No cinema, a luz é trabalhada de outra maneira. Ela é projetada em uma superfície que retém parte da luz e o estímulo retiniano é menor. Por isso, o cinema é um meio quente, pois não prolonga apenas um dos sentidos.

O fogo controlado da televisão inverteu, pela primeira vez, a utilização da luz, antes projetada. A luz projetada produz um significativo balanceamento de contraste através da sua absorção pelos materiais. Com a luz projetada, não existe uma iluminação estritamente "dura", com recortes precisos. Quem lida com fotografia sabe como isso acontece. Todos os planos iluminados contaminam-se produzindo um quadro geral, mais sutil de luz e cor. Com a luz emitida, o mesmo não acontece. Se com a luz projetada há absorção de luz pelos materiais circundantes, com a luz emitida isso apenas acontecerá diretamente na retina, entre as células receptoras vizinhas de um determinado ponto sensibilizado. Esse fenômeno faz com que a sensação luminosa seja de natureza diferente. Passamos a trabalhar as células fotorreceptoras com uma estratégia que aproximou a visão ao tato. (Informação eletrônica)¹¹

O ato de assistir à televisão está longe de ser passivo. A experiência de Mackworth revelou que as crianças se atem às reações e não às ações, e nas cenas de violência os olhos não se desviam do rosto dos atores. Para McLuhan, esta constatação corrobora o caráter da televisão como meio frio.

Para ele, a TV é um meio frio participante. A imagem da TV exige de quem a vê o “fechamento” das informações e uma participação convulsiva e sensorial. Característica de um meio frio.

Há um princípio básico pelo qual se pode distinguir um meio quente, como o rádio, de um meio frio, como o telefone, ou um meio quente, como o cinema, de um meio frio, como a televisão. Um meio quente é aquele que prolonga um único de nossos sentidos e em “alta definição”. Alta definição se refere a um estado de alta saturação de dados. (MCLUHAN, 1996, p. 38).

¹¹ Informação eletrônica disponível em <<http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp057.asp>>. Acesso em 25/01/2006 – 23h.

Ao contrário do que se possa imaginar, para McLuhan (1996), o espectador de cinema está mais inclinado a ser um consumidor passivo, e não o da televisão. Assim, o alto grau de envolvimento da audiência frente à televisão é que norteia a linguagem televisiva e o conteúdo de sua programação. “Como a baixa definição da TV assegura um alto envolvimento da audiência, os programas mais eficazes são aqueles cujas situações consistem de processos que devem ser completados” (MCLUHAN, 1996, p. 358, 359) e aqueles cuja *aparência* denuncie claramente seu papel, e que seu status na vida não combina com a TV. Quanto mais um meio é frio, mais participação da audiência ele irá requerer. Assim, certos assuntos e certos tipos não combinam com a imagem televisiva.

A história da TV é marcada pela campanha à presidência dos Estados Unidos pelos então candidatos Kennedy e Nixon, na década de 60, onde a imagem televisiva favoreceu o candidato mais adaptável a ela.

Um outro modo de explicar a personalidade-de-TV-aceitável, em contraposição à personalidade inaceitável, é dizer que aquele cuja aparência denuncia claramente seu papel e seu status na vida não combina com a TV. Todo aquele que parece ser capaz de ser um professor, um médico, um homem de negócios ou uma dúzia de habilitações ao mesmo tempo, é um tipo indicado para a TV. Quando é uma pessoa *classificável*, como o Sr. Nixon, o telespectador não tem nada a preencher. Ele se sente incomodado com a imagem da TV. Sente-se inquieto, como a dizer: há qualquer coisa de errado com esse sujeito. (MCLUHAN, 1996, p. 371).

Para aqueles que não se lembram dos candidatos citados, basta puxar na memória a figura típica de Lula *versus* a figura de Collor de Melo nas eleições de 1989 no Brasil, para se compreenderem as afirmações acima. Naquele tempo, o candidato Lula era altamente *classificável*. Seu linguajar, figurino, sua postura ríspida frente às câmeras, “frustram o telespectador em seu trabalho de *fechamento* ou conclusão da imagem” (MCLUHAN, 1996, p. 372). O candidato Lula de 2004 se modificou bastante para ser aceitável no meio frio da televisão.

Outro ponto importante é que não apenas os meios de comunicação podem ser classificados como meios frios ou quentes. Uma sociedade também pode ser classificada como fria ou quente.

Em termos de países, os atrasados são frios e os desenvolvidos são quentes (MCLUHAN, 1996, p. 43), uma sociedade pouco letrada é um meio frio. De acordo com sensores realizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas de 1980 a



2000, a taxa de analfabetismo caiu de 25,9 para 13,6 % da população com idade de 15 anos ou mais. Em 2001 a PNAD – Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios – apontou que a taxa caiu para 11,4 %.

O então candidato Luis Inácio da Lula da Silva teria ganhado as eleições presidenciais de 2004 com ampla margem de votos devido a sua adequação à imagem televisiva e a sociedade ter sido *aquecida* com a diminuição das taxas de analfabetismo?

Mais importante que as validades e comprovações é “saber se um meio é utilizado numa cultura quente ou fria” (MCLUHAN, 1996. p. 47) e que essas possibilidades vão de encontro à escola de Frankfurt¹², pois os veículos seriam reflexos de uma sociedade quente ou fria.

O rádio, meio quente, aplicado a culturas frias ou não letradas, provoca um efeito violento, contrariamente ao que acontece, por exemplo, na Inglaterra e na América, onde o rádio é considerado divertimento. Uma cultura fria, ou pouco letrada, não pode aceitar como simples divertimento os meios quentes, como o rádio e o cinema. Estes meios são tão perturbadores para elas como o meio frio da televisão acabou por se mostrar em nosso mundo altamente letrado. [...] O que consideramos divertimento ou piada em nossos meios inevitavelmente se transforma em violenta agitação política numa cultura fria. (MCLUHAN, 1996, p. 47)

Assim, a televisão, que busca sempre os maiores índices de audiência, não pode, de forma alguma, agir contra seus espectadores.

O meio quente, como o cinema, requer gente que pareça ter um tipo definido. A TV não aceita o *típico*. Caso a TV Digital já estivesse disponível para todo o país nas próximas eleições presidenciais, Lula voltaria ao estilo original dos primeiros pleitos que disputou? Talvez não, pois a sociedade também estará sendo afetada pela nova mídia.

Como foi visto, em um primeiro momento, o espectador de televisão é estimulado a participar ativamente, mesmo que de forma subliminar ou inconsciente, do

¹²Este movimento se iniciou na Alemanha e recebeu o nome de *Instituto de Pesquisa Social*, criado em Frankfurt em 1924, fundado por Max Horkheimer, T. Adorno e Herbert Marcuse. Segundo Adorno, na *Indústria Cultural*, tudo se torna negócio. *Enquanto negócios, seus fins comerciais são realizados por meio de sistemática e programada exploração de bens considerados culturais*. Um exemplo disso, dirá ele, é o cinema. O que antes era um mecanismo de lazer, ou seja, uma arte, agora se tornou um meio eficaz de manipulação. Portanto, podemos dizer que a *Indústria Cultural* traz consigo todos os elementos característicos do mundo industrial moderno e nele exerce um papel específico, qual seja o de portadora da ideologia dominante, a qual outorga sentido a todo o sistema. É importante salientar que, para Adorno, o homem, nessa *Indústria Cultural*, não passa de mero instrumento de trabalho e de consumo, ou seja, de objeto. O homem é tão bem manipulado e ideologizado que até mesmo o seu lazer se torna uma extensão do trabalho. Fonte: <http://www.urutagua.uem.br//04fil_silva.htm#_ftnref2>. Acesso em 20/12/2005 – 21h17.



ato de se assistir à TV. Portanto, o telespectador da TV analógica tem uma participação sensorial profunda e que exige respostas criativas e participantes. Os funerais de Tancredo Neves, 1986, e Airton Sena, 1984, mostraram o poder da televisão em ganhar a participação da audiência em um processo que exigia plena participação, fato este também ocorrido no funeral do presidente John Kennedy.

O funeral de Kennedy, em suma, tornou manifesto o poder da TV em envolver toda a população num processo ritual. Em comparação, a imprensa, o cinema, e mesmo o rádio, reduzem-se a meras embalagens para consumidores. Mais do que tudo, porém, o caso Kennedy propicia uma oportunidade para salientar um traço paradoxal do meio “frio” da TV, a saber: ela nos envolve numa profundidade móvel e comovente, mas que não nos excita, agita ou revoluciona. (MCLUHAN, 1996, p.379).

Portanto, o telespectador da TV analógica tem uma participação sensorial profunda, sendo a televisão um meio frio, e está sujeito às escolhas programadas das emissoras abertas ou fechadas.

E a nova mídia? Quais seriam as alterações no comportamento da audiência frente à TV Digital?

O TELESPECTADOR DIGITAL

O termo *nova mídia* vem sendo usado para descrever as tecnologias digitais e o novo espaço para veiculação de mensagens publicitárias, em muitos casos, apenas como um melhoramento da TV analógica. Mas, se tomarmos os conceitos formulados por Mcluhan, a TV Digital é exatamente isso, uma nova mídia, com características e particularidades próprias. Com a evolução tecnológica, ou seja, o aumento de sua definição de 625 linhas para 1080 linhas de resolução, o aumento das telas e da qualidade do som, ela se transformará em algo novo, diferente da televisão que conhecemos hoje.

Se alguém perguntasse se tudo isso não mudaria, caso a tecnologia acelerasse o caráter da imagem da TV até aproximá-la do nível de dados-informação do cinema, bastaria responder com a pergunta: “Podemos alterar uma caricatura, acrescentando detalhes de perspectivas, de luz e de sombras?” A resposta é “Sim” – só que já não seria mais uma caricatura. Nem a TV “aperfeiçoada” seria mais televisão. (MCLUHAN, 1996, p. 352)



Portanto, o que se pode compreender é que, com a TV Digital, um novo veículo irá surgir (um meio quente), com novas possibilidades de participação da audiência. Se a TV Digital se aproximará do nível de informação do cinema, é de se esperar que algumas características do cinema sejam incorporadas à TV Digital. E essas características é que formam a narrativa ficcional. Entretanto, assim como é importante conhecer o modo como a TV analógica exige maior participação sensória do espectador, é necessário também compreender qual será a participação sensória no espectador da TV Digital.

A alta definição da imagem da TV Digital e o tamanho dos novos aparelhos darão à *nova mídia* o caráter de ser um *meio quente*, assim como o cinema, e irá provocar uma mudança no comportamento do espectador digital. A alta definição da imagem irá romper o processo hipnótico da imagem televisiva analógica. Os aparelhos de TV projetados para receber o sinal da TV Digital trazem uma importante diferença em relação aos analógicos. O tubo catódico, que é responsável pela varredura na tela da TV analógica, formando a imagem, foi substituído pelo Plasma ou LCD – cristal líquido. As telas de plasma possuem um gás que, ao passar por um processo de ionização, assume o estado de plasma, também conhecido como o quarto estado da matéria. O plasma gera então raios ultravioleta, que atingem a superfície externa da tela, formando a imagem. Já as TVs de LCD têm uma lâmpada de luz branca (também chamada de backlight), cuja luminosidade é filtrada pelos cristais líquidos da tela, como no caso dos monitores de LCD de computadores. As TVs de LCD são mais leves que as de plasma e consomem menos energia. Há quem diga que o LCD é uma tecnologia mais promissora, que tende a substituir o plasma¹³. Com isso, a luz não mais atravessa a tela e atinge a retina diretamente, esses dois elementos atuam como uma projeção por trás da tela branca do cinema, ou seja, a tela da TV não serve como anteparo para a formação da imagem e “não há incidência de raios. Tanto o plasma quanto o cristal líquido são energizados e, com isso, a luminosidade que atinge o espectador é bem menor” (Informação verbal)¹⁴.

Os espectadores que não puderem comprar essas novas televisões utilizarão um codificador para receber o sinal nos aparelhos analógicos, levando a crer que eles irão usufruir somente da interatividade (serviços adicionais) que o sistema proporciona, pois

¹³ Fonte: < http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=5801>. Acesso em 03/04/2006 - 23h.

¹⁴ Entrevista concedida por Flávio Queiroz de Oliveira, engenheiro eletro/eletrônico da TV Leste – afiliada à TV Globo. Governador Valadares, 10 de abril de 2006.



o modo de formação da imagem continuará igual, mesmo que haja uma melhora significativa na qualidade da imagem.

Uma experiência que está sendo realizada na TV Globo pode exemplificar esta situação. A novela das dezoito horas está recebendo um tratamento visual que se assemelha muito aos padrões digitais.

A Globo surpreendeu seu telespectador nesta semana com uma qualidade de imagem na nova novela das seis, "Sinhá Moça", que parece de cinema ou TV Digital de alta definição, mas não é. O inédito efeito película se deve, principalmente, a três novos softwares usados na pós-produção. Todas as cenas externas estão sendo captadas em câmeras de alta definição. As de estúdio são gravadas com câmeras digitais comuns. Depois, as imagens são tratadas em computadores com três softwares. Isso reduz diferenças entre as imagens de alta definição e as de definição standard. A textura, a cor e a luz ficam uniformes. Segundo Waddington, "Sinhá Moça" não terá esse tratamento apenas nos primeiros capítulos. "A novela será toda assim", afirma. O "know-how", que pode ser visto como uma transição da TV analógica para a digital, deverá ser adotado pela próxima novela das oito, "Páginas da Vida". (Informação eletrônica)¹⁵

Com a imagem melhorada, mas com sua reprodução ainda em aparelhos analógicos, limita-se o verdadeiro potencial das mudanças. Devido à resolução dos aparelhos ainda ser de 650 linhas e por varredura, o efeito digital é aparente e a mudança causa apenas uma imagem de qualidade superior. Com as transmissões nas televisões digitais sendo de 1080 linhas e com a luz projetada, a textura da imagem, iluminação, a simulação de profundidade e perspectiva serão bem próximas a que se tem hoje no cinema, caracterizando, assim, a televisão digital como um meio quente.

Com o sinal digital e uma televisão de alta definição e telas maiores, o que aponta a teoria dos meios é que o espectador será mais contemplativo, ou mais passivo do que é na TV analógica, o olho não mais estará fixo em uma parte da tela. O alto índice de informação da imagem da TV Digital, próxima à do cinema, permitirá ao espectador um menor envolvimento sensorial para complementar a informação (oposto da TV analógica). Na TV Digital, não é apenas um de seus sentidos que é prolongado, a imagem digital libera o olhar e estimula também outras percepções, assumindo, assim, o mesmo caráter contemplativo e passivo do cinema. Porém, como o espectador não está na sala escura do cinema e sim em frente a uma máquina que lhe permite *navegar*, a recepção está longe de ser contemplativa ou passiva. Se o meio quente requer menos participação da audiência, pois ela tem menos dados a preencher, o leitor imersivo ante

¹⁵ Informação disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq16032006.htm>> Acesso em 16/03/2006 às 16:00 h.



a TV Digital necessitará de total participação, física e mental, o que Santaella (2004) chama de polissensorialidade do internauta.

Conclusão

McLuhan (1996) afirma que a televisão mudou nossa vida sensória e nossos processos mentais. Se a TV Digital poderá levar o espectador a se tornar passivo, do ponto de vista sensorial, o novo meio e sua nova forma de recepção irá resgatá-lo desta passividade.

Se estas perspectivas vão mesmo se tornar realidade, só o tempo dirá. Porém, somente voltando ao passado e observando as relações entre mídia e sociedade é que poderemos tentar nos precaver de possíveis erros de análise e conjecturas.

Assim, cabe a estudiosos, profissionais de mídia, jornalistas e estudantes de comunicação, tentar compreender este fenômeno estudando as possibilidades do novo meio. Durante séculos, o homem tenta entender nossa forma de comunicação e de produção de conhecimento. Estamos vivenciando uma transformação nesses modos. Porém, hoje se têm mais subsídios e ferramentas para essa tarefa, e mais, contamos com dois aliados poderosos: o computador e a própria TV Digital.

McLuhan chama-nos a atenção para o paradoxo existente na TV analógica. Ao mesmo tempo, por ser um meio frio, ela nos envolve em profundidade, mas não nos excita, agita ou revoluciona. Quem sabe esse papel não estará reservado para a TV Digital?

Referências bibliográficas

BRIGGS, Asa. e BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet*. São Paulo: Zahar, 2004.

CASTELLS, Manuel. A cultura da virtualidade real: integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas. IN: *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003. p. 413-466.

CASTRO, Cosette. Conteúdo para TV digital: navegando pelos campos da produção e recepção. IN: *Mídias Digitais*. São Paulo: Paulinas, 2005.

CEBRIÁN, Juan Luis. *A rede*. Tradução: Lauro Machado Coelho. São Paulo: Summus, 1999.



DIZARD Jr., Wilson. *A nova mídia*. Trad. Antonio Queiroga e Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

GUATTARI, Félix. *Da produção de subjetividade*. In: PARENTE, André (org.). *Imagem Máquina: a era das tecnologias do virtual*. 2 ed. Editora 34: São Paulo, 2004. p. 177-191.

JOHNSON, Steven. *A cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

NEGRI, Antonio. *Infinitude da comunicação/finitude do desejo*. In: PARENTE, André (org.). *Imagem Máquina: a era das tecnologias do virtual*. 2 ed. Editora 34: São Paulo, 2004. p. 173-176.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1996.

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. 2ª ed. São Paulo: Cia das Letras, 2003.

PLAZA, Julio. *As imagens de terceira geração, técnico-poéticas*. In: PARENTE, André (org.). *Imagem Máquina: a era das tecnologias do virtual*. 2 ed. Editora 34: São Paulo, 2004. p. 72-88.

QUÉAU, Philippe. *O tempo do virtual*. In: PARENTE, André (org.). *Imagem Máquina: a era das tecnologias do virtual*. 2 ed. Editora 34: São Paulo, 2004. p. 91-99.

SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das Mídias*. 3ª ed. São Paulo: Experimento, 2003.

_____. *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. *Cultura e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. 2ª ed. São Paulo: Paulus, 2003.

VICENTE, Kim. *Homens e máquinas: como a tecnologia pode revolucionar a vida cotidiana*. Trad. Maria Inês Duarte Estrada. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.